rada pre reklamu

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

Arbitrážny nález

k sťažnosti zaevidovanej pod č. 87 (09-04)

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 upútavky na program „Love Island“ (dňa 6. 9. 2026) v televíznom vysielaní programovej služby Markíza– vysielateľ televíznej programovej služby spoločnosť MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. s r. o.

neporušila pravidlá Protokolu
vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona.

Odôvodnenie

I. Obsah sťažnosti

1. Rada zaevidovala dňa 14. 9. 2026 sťažnosť od fyzickej osoby, okres Bratislava voči šíreniu upútavky na program „Love Island“ (dňa 6. 9. 2026) vo vysielaní programovej služby TV Markíza.

2. Sťažovateľka uvádza, že počas filmu (rozprávky) „Úžasný Maurice“ bola odvysielaná reklama na program „Love Island“, v ktorej boli scény nevhodné pre deti. Sťažovateľka považuje vysielanie predmetnej reklamy počas rozprávky určenej pre deti za nevhodné.

II. Popis reklamy

3. Skúmanou bola reklama šírená v podobe upútavky na program „Love Island“. Upútavka bola odvysielaná dňa 6. 9. 2026 v čase cca o 8: 31 hod. ako súčasť bloku, ktorý bol odvysielaný počas programu „Úžasný Mauric“. Upútavka počas približne 30-sekundového spotu zobrazuje scény z reality šou Love Island Česko & Slovensko a predstavuje päť súťažiacich – Naty, Viki, Nelu, Amáliu a Cynthiu. Ženy sú zobrazené v plavkách a letných outfitoch na výraznom ružovo-modrom pozadí so symbolmi srdca. Hovorený text pozýva divákov, aby spoznali dievčatá, pričom zaznejú ich krátke sebaprezentačné vyjadrenia. V závere je oznámený názov relácie a informácia o jej uvedení od 7. septembra na platforme Voyo. Počas celého spotu je zobrazené označenie vekovej nevhodnosti do 12.

4. Úvodný voice-over znie: „Spoznaj nové zvodné srdiečka. Idú si po lásku a nič ich nezastaví.“

Nasleduje prezentácia jednotlivých súťažiacich:
Naty: „Akčné randíčko by som na vile chcela zažiť.“

Viki: „Do vily si jdu pro lásku. Jako všichni“.
Voice-over: „Sú sexi, nespútané a majú jasný cieľ.“
Nela: „Teším se, že jsi najdu i plno kamarádek“
Amália: „Nepřišla jsem hledat kamarádky.“
Cynthia:“Idem si aj ja po svojho ženícha“.
Voice-over: „Vzrušujúca reality show je späť. Love Island Česko a Slovensko od 7. septembra na Voyo.“

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 komunikát šírený v televíznom vysielaní, ktorý je mediálnou komerčnou komunikáciou. Je nepochybné, že posudzovaný komunikát má formu reklamného oznamu, preto je daná vecná pôsobnosť Protokolu.

7. Predmetná reklama sa šírila prostredníctvom televízneho vysielania šíriteľa na území Slovenskej republiky, preto je daná teritoriálna pôsobnosť Protokolu.

8. 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

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 ustanovenia Zákona regulujúce šírenie reklamy tak, že pri posudzovaní súladu s pravidlami Protokolu vychádza z toho, či môže šírená reklama obstáť popri ustanoveniach Zákona, 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 ustanovenia Zákona, 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 § 7 ods. 1 Protokolu reklamu, ktorá môže narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých, sú povinní vysielateľ a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie sprístupniť iba takým spôsobom, aby maloletí nemohli takéto programy alebo iné zložky programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie za bežných okolností počuť ani vidieť, napríklad zaradením do vysielania v čase od 22.00 h do 6.00 h.

14. Podľa § 7 ods. 2 Protokolu reklamu, ktorá obsahujú pornografiu alebo hrubé, neodôvodnené násilie, sú povinní vysielateľ a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie

poskytovať len v prípade zabezpečenia takých technických opatrení, ktoré zabránia prístupu maloletých, najmä kódovanie alebo účinná rodičovská kontrola.

15. Podľa § 7 ods. 6 Protokolu televízny vysielateľ je povinný zohľadniť časové zaradenie reklamy, ak má naň vplyv určená veková vhodnosť programov a typ potenciálne škodlivého obsahu, ktorý je v nej obsiahnutý.

16. Senát pri predbežnom posudzovaní zohľadnil tiež ustanovenie § 62 ods. 9 písm. a) Zákona, v zmysle ktorého je vysielateľ povinný uverejniť označenie vekovej vhodnosti vysielaného programu a typ potenciálne škodlivého obsahu, ktorý je v ňom obsiahnutý pri vysielaní programu a pri vysielaní upútavky na program; upútavka na vysielaný program sa označuje rovnako ako vysielaný program.

VI. Stanovisko šíriteľa k predmetu sťažnosti

17. Šíriteľ bol dňa 14. 9. 2026 vyzvaný, aby sa k šíreniu reklamy, ktorá je predmetom sťažnosti, vyjadril v lehote piatich pracovných dní, t. j. do 21. 9.2026.

18. Šíriteľ poskytol prostredníctvom svojho právneho zástupcu Komisii vyjadrenie dňa 21. 9. 2026, v ktorom o. i. uvádza: „Upútavka má jednoznačne propagačný charakter a pre priemerného diváka je ľahko identifikovateľná ako prezentácia televízneho programu Love Island Česko & Slovensko a platformy Voyo. Názov programu, jeho logo, označenie platformy a údaj o termíne uvedenia sú zobrazené zrozumiteľne. Komunikát preto nemá charakter skrytej reklamy a neuvádza diváka do omylu o svojom účele. Obrazové a zvukové spracovanie Upútavky je slušné a nezasahuje do ľudskej dôstojnosti účinkujúcich. Súťažiace sú prezentované ako konkrétne, pomenované dospelé osoby, ktoré sa divákom krátko predstavujú. Nie sú zobrazované v ponižujúcom, podriadenom ani diskriminačnom postavení a Upútavka neobsahuje sexistické, urážlivé alebo vulgárne výroky. Zobrazenie súťažiacich v plavkách a letných outfitoch zodpovedá prostrediu, tematike a zaužívanému formátu propagovaného programu, ktorý sa odohráva v dovolenkovom prostredí pri bazéne. Nejde teda o samoúčelné použitie ľudského tela bez vzťahu k propagovanému obsahu. Upútavka nezobrazuje úplnú nahotu, intímne partie, sexuálne konanie ani iné explicitné erotické prvky. Samotné zobrazenie dospelých osôb v plavkách nemožno bez ďalších okolností považovať za pohoršujúce alebo za propagáciu nadmerného podliehania sexualite. Celkové spracovanie je štylizované, hravé a pozitívne. Používa výraznú farebnosť, symboly srdca a krátke predstavenie účastníčok. Neobsahuje násilie, vulgarizmy, nebezpečné konanie, diskrimináciu ani nabádanie na protiprávne alebo spoločensky škodlivé správanie. Upútavka nie je zameraná na deti a maloletým neadresuje žiadnu výzvu na nákup alebo využitie služby, nezneužíva ich dôverčivosť ani ich nezobrazuje v nebezpečných situáciách. Počas komunikátu je navyše zreteľne uvedené vekové označenie „12“, ktoré diváka informuje o vekovej vhodnosti prezentovaného obsahu. Komunikát neobsahuje porovnávacie, zdravotné, cenové ani iné objektívne reklamné tvrdenia, ktoré by mohli byť klamlivé alebo vyžadovali osobitné preukázanie. Uvádza len základné informácie o názve programu, jeho účastníčkach, platforme a termíne uvedenia.“

19. Z uvedených dôvodov má Šíriteľ za to, že „Upútavka rešpektuje požiadavky slušnosti, čestnosti, spoločenskej zodpovednosti, ochrany ľudskej dôstojnosti a ochrany maloletých podľa Zákona o mediálnych službách, Etického kódexu reklamnej praxe a Opčného protokolu Rady pre reklamu. Subsidiárne spĺňa aj všeobecné požiadavky § 3 zákona č. 147/2001 Z. z. o reklame v znení neskorších predpisov, keďže neznevažuje ľudskú dôstojnosť, neobsahuje diskrimináciu, násilie ani vulgárnosť a neprezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom.“

VII. Predbežné posúdenie

20. Predbežné posúdenie sa uskutočnilo dňa 8. 10. 2026 senátom v súlade s § 24 Protokolu.

21. Po predbežnom posúdení dospel senát k záveru, ktorý je vyjadrený vo výroku tohto nálezu.

22. Záver predbežného posúdenia bol dňa 22.10.2026 oznámený šíriteľovi, ktorý v lehote na námietky vyjadril so závermi posúdenia súhlas.

VIII. Názor Komisie

23. Uvedený komunikát mal podobu reklamného oznamu – vlastnej propagácie programu „Love Island“, ktorá mala za cieľ zaujať pozornosť diváka na program zaradený na platformu Voyo. Pri posudzovaní predmetného komunikátu senát vychádzal zo skutkového stavu, podľa ktorého bol komunikát odvysielaný o. i. aj počas vysielania programu určeného pre detských divákov (s označením vekovej nevhodnosti do 7 rokov) – rozprávky „Úžasný Maurice“, odvysielanej v ranných hodinách, resp. po 6.00 hod.

24. Vo vzťahu k požiadavkám na obsah reklamy a ochranu maloletých vo všeobecnosti, reklamu, ktorá môže narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých, je vysielateľ povinný sprístupniť iba takým spôsobom, aby ju maloletí nemohli za bežných okolností počuť ani vidieť, a to napríklad jej zaradením do vysielania v čase medzi 22.00 h a 6.00 h (§ 7 ods. 1). V tomto kontexte sa senát preto zaoberal otázkou, či obsah predmetného komunikátu (reklamy) dosahuje intenzitu, ktorá by mohla narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých v zmysle § 7 ods. 1 Protokolu, a teda či mala byť zaradená výlučne do časového pásma medzi 22.00 hod. a 6.00 hod.

25. Senát pri posudzovaní vychádzal z obsahu komunikátu ako celku, pričom zohľadnil jeho obrazové, zvukové a textové prvky, ako aj kontext, v ktorom boli jednotlivé prvky použité. Vlastná propagácia programu prezentuje účastníčky reality šou, ktoré sa krátko predstavujú a hovoria o svojom záujme nájsť si vo vile partnera, resp. nadviazať vzťahy. Súťažiace sú zobrazené v plavkách alebo letnom oblečení v kontexte programu, ktorý sa odohráva v dovolenkovom prostredí.

26. Senát nepovažuje samotné zobrazenie dospelých osôb v plavkách, bez ďalších okolností, za taký obsah, ktorý by bol spôsobilý narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých. Rovnako ani použitie výrazov „zvodné“, „sexi“ alebo „vzrušujúca reality show“ v danom kontexte samo osebe nepredstavuje sexuálne explicitný alebo inak potenciálne škodlivý obsah v zmysle § 7 ods. 1 Protokolu.

27. Senát v predmetnej upútavke nezistil zobrazovanie nahoty, sexuálneho konania, explicitných sexuálnych prejavov, pornografie, násilia, vulgarizmov ani iného obsahu, ktorý by svojou povahou mohol byť považovaný za potenciálne škodlivý pre maloletých. Obsah upútavky je spracovaný spôsobom zodpovedajúcim propagačnému charakteru komunikátu a jej jednotlivé prvky súvisia s obsahom a formátom propagovaného programu.

28. Senát pri posudzovaní predmetnej upútavky zohľadnil aj okolnosti jej zaradenia do vysielania. Vlastná propagácia programu bola odvysielaná v čase cca o 8.31 hod., teda v rannom vysielacom čase a zároveň v bloku počas vysielania programu „Úžasný Maurice“, ktorý bol označený vekovou nevhodnosťou do 7 rokov. Senát preto prihliadal na skutočnosť, že predmetná upútavka bola zaradená do vysielania v kontexte programu, pri ktorom možno vzhľadom na jeho vekové označenie dôvodne očakávať prítomnosť aj maloletých divákov mladších ako 12 rokov. Táto skutočnosť však sama osebe neznamená, že každý reklamný oznam odvysielaný počas programu označeného vekovou nevhodnosťou do 7 musí byť obsahovo

vhodný pre všetky vekové kategórie maloletých. Pri posudzovaní podľa § 7 ods. 1 Protokolu je potrebné skúmať predovšetkým samotný obsah reklamy a jeho potenciálny vplyv na fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých. Veková vhodnosť programu, počas ktorého je reklama odvysielaná, predstavuje jednu z okolností, ktoré Senát pri tomto posúdení zohľadňuje, nie však automatický dôvodom na konštatovanie porušenia uvedeného ustanovenia.

29. V predmetnom prípade Senát nezistil v upútavke taký obsah, ktorého povaha alebo intenzita by bola vzhľadom na ranný čas a zaradenie počas programu označeného kategóriou nevhodnosti 7 nevhodná pre maloletých divákov v takej miere, že by bolo potrebné zabrániť ich vystaveniu predmetnej vlastnej propagácii programu (nevhodného do 12 rokov). Vlastná propagácia programu Love Island síce pracuje s motívmi príťažlivosti, zoznamovania a partnerských vzťahov a účastníčky sú zobrazené v plavkách, avšak neobsahuje samoúčelnú nahotu, sexuálne konanie, explicitné sexuálne prejavy ani iné sexuálne explicitné prvky, a to ani vo obrazovej, ani zvukovej forme predmetnej reklamy. Senát je preto toho názoru, že reklamný oznam neobsahuje nevhodný obsah, ktorý by ho vylučoval z vysielania bez ohľadu na čas vysielania. Zaradenie predmetnej vlastnej propagácie do vysielania počas dňa senát nepovažuje za porušujúce pravidlá Protokolu.

30. Senát pri tomto závere zohľadnil aj skutočnosť, že počas celého trvania upútavky bolo zobrazené vekové označenie nevhodnosti 12. Hoci toto označenie samo osebe nemôže nahradiť posúdenie obsahu reklamy ani odstrániť prípadnú nevhodnosť jej zaradenia v konkrétnom čase, poskytuje divákovi informáciu o vekovej vhodnosti propagovaného obsahu. V predmetnom prípade Senát zároveň nezistil rozpor medzi týmto označením a obsahom samotnej upútavky, ktorý by bol takej intenzity, že by jeho odvysielanie počas programu označeného nevhodnosťou 7 v rozpore s požiadavkami § 7 ods. 1 a ods. 2 Protokolu.

31. Senát dospel k záveru, že pokiaľ upútavka bola odvysielaná v rannom vysielacom čase a počas programu označeného vekovou nevhodnosťou 7, zvyšuje to nároky na primeranosť obsahu reklamy, avšak samo osebe neodôvodňuje záver o porušení § 7 ods. 1 Protokolu. Rozhodujúce je, že posudzovaný reklamný komunikát podľa názoru Senátu neobsahoval také nevhodné obrazové, zvukové alebo textové výrazové prostriedky a nedosahoval takú intenzitu nevhodnosti, ktorá by mohla narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých a vyžadovala by preto zaradenie do vysielania spôsobom, ktorý by za bežných okolností zabránil sledovaniu komunikátu maloletými.

32. Na základe uvedeného Senát dospel k záveru, že šírením predmetnej vlastnej propagácie, a to ani s ohľadom na jej odvysielanie v rannom vysielacom čase počas programu označeného vekovou nevhodnosťou 7, nedošlo k porušeniu § 7 ods. 1 a ods. 2 Protokolu.

33. Senát zároveň prihliadol na účel reklamného oznamu, ktorým je propagácia audiovizuálneho diela a na bežnú prax vysielateľov, podľa ktorej upútavky na vysielané programy s vyššou vekovou hranicou môžu byť vysielané aj v skorších časoch, pokiaľ ich obsah nedosahuje intenzitu, ktorá by si vyžadovala prísnejšie časové obmedzenia. Keďže šlo o propagovaný program, ktorému šíriteľ určil vekovú nevhodnosť 12 a tak označil aj vlastnú propagáciu, senát ďalej neposudzoval časové obmedzenia podľa vyhlášky, keďže sú relevantné len pre upútavky na vysielané programy v kategóriách nevhodnosti nad 12 rokov.

34. Senát zároveň považuje za vhodné zdôrazniť, že hoci v predmetnom prípade nezistil porušenie pravidiel Protokolu, a teda uvedený obsah nedosahuje takú intenzitu nevhodnosti, ktorá by ho vylučovala z vysielania aj počas dňa, pri programingu vlastnej propagácie je žiaduce venovať primeranú pozornosť nielen okolnostiam ich šírenia, ale aj potenciálne zamýšľanému publiku programu nasadenia, ktoré môže byť touto propagáciou zasiahnuté.

Osobitne to platí pri vlastnej propagácii programov, ktoré nie sú svojím obsahom primárne určené detskému publiku alebo nepropagujú program určený deťom, ak je nasadzovaná v rámci programov určených deťom alebo v čase, keď možno dôvodne očakávať ich sledovanie prevažne detskými divákmi. Senát preto odporúča šíriteľovi, aby pri programingu a nasadzovaní vlastnej propagácie programov (resp. upútavok na programy), ktoré nie sú určené primárne deťom, venoval zvýšenú pozornosť primeranosti ich obsahu s ohľadom na čas (napr. víkendové alebo sviatočné dopoludnia) kontext ich vysielania (cieľový program nasadenia) a predpokladané publikum (s ohľadom na potenciál prítomného detského publika).

IX. Záver posúdenia predmetu sťažnosti

35. Na základe vyššie uvedeného senát na svojom zasadnutí dňa 8. 10. 2026 v súlade s § 131 ods. 1 Zákona rozhodol, že odvysielaním upútavky na program „Love Island“ (dňa 6. 9. 2026) v televíznom vysielaní programovej služby TV Markíza, strana Protokolu – vysielateľ MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. s r. o. – neporušila pravidlá Protokolu vrátane pravidiel recipovaných doň zo Zákona a posudzovaná sťažnosť sťažovateľa nie je opodstatnená.

36. 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, resp. číslo prvej sťažnosti v záhlaví.

V Bratislave dňa 27. 10. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie

* * *