* * *

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

Arbitrážny nález

k sťažnosti č. 88 (09-05) II.

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 reklamného oznamu „Závet ako dar života“, dňa 9. 9. 2026, v rozhlasovom vysielaní Rádia Lumen, strana Protokolu – vysielateľ rozhlasovej programovej služby spoločnosť Rádio LUMEN, spol. s r. o.

neporušila pravidlá Protokolu
vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona.

Odôvodnenie

I. Sťažnosť

1. Rade bola dňa 13. 9. 2026 doručená sťažnosť od fyzickej osoby, Žilina, voči rozhlasovému spotu, zadávateľa Pápežské misijné diela (PMD), ktorý bol odvysielaný v rozhlasovej programovej službe Rádia Lumen.

2. Sťažovateľ považuje charakter reklamy „Závet ako dar života“ za „vydieračný“ a „prehnaný“ vo vzťahu ku skupine seniorov vlastniacich nehnuteľnosti, nakoľko sú reklamou vyzývaní na ich venovanie v prospech Pápežských misijných diel. Vzhľadom na zlé vzťahy v mnohých rodinách na Slovensku sa sťažovateľ domnieva, že týmto spôsobom sa môže ľahko dostať k nehnuteľnosti tretí subjekt.

II. Popis reklamy

3. Spot má podobu reklamného oznamu. Podklad spotu tvoria zvuky z prírody, ktoré následne prechádzajú do sprievodnej hudby. Zaznieva mužský hlas: „Múdry človek zasadí strom, hoci vie, že v jeho tieni už sedieť nebude. Aj závet môže byť takýmto stromom. Darom, ktorý prináša ovocie ešte dlho po nás. Po zabezpečení svojich blízkych môžete vo svojom závete pamätať aj na misie. Budú sa za vás sláviť sväté omše a pomôžete ľuďom v misijných krajinách. Závet ako dar života. Pápežské misijné diela. Zavolajte na 0911 532 595 alebo navštívte misijnediela.sk“

III. Pôsobnosť Protokolu

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

5. Protokol sa vzťahuje na komunikát, na ktorý sa vzťahuje Kódex, šírený v rozhlasovom vysielaní. Komunikát sa šíril prostredníctvom rozhlasovej programovej služby strany Protokolu.

6. Predmetný komunikát sa šíril prostredníctvom rozhlasového vysielania šíriteľa na území Slovenskej republiky, preto je daná teritoriálna pôsobnosť Protokolu.

7. K šíreniu predmetnej reklamy došlo po dni, v ktorom sa stal Protokol záväzný voči šíriteľovi, čím je daná aj časová pôsobnosť Protokolu.

IV. Východiská posudzovania reklamy

8. 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).

9. 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.

10. 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.

11. 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

12. Podľa § 6 ods. 4 písm. a) a b) Protokolu, reklamný oznam ani telenákup nesmú poškodzovať záujmy spotrebiteľov, zneužívať dôveru spotrebiteľov.

VI. Stanovisko šíriteľa k predmetu sťažnosti

13. Šíriteľ bol dňa 14. 9. 2026 vyzvaný, aby sa k šíreniu komunikátu, ktorý je predmetom sťažnosti, vyjadril v lehote piatich pracovných dní, t. j. do 21. 9. 2026.

14. Šíriteľ poskytol Rade vyjadrenie dňa 18. 9. 2026, v ktorom o. i. uvádza, že „text reklamy odvysielanej v Rádiu LUMEN nepovažujeme za manipulatívny. Inzerent v spote jasne vysvetľuje, že možnosť poukázať závet ako dar pre Pápežské misijné diela by mali zvážiť až po zabezpečení svojich blízkych. Zároveň v reklamnom spote nie je manipulatívny jazyk, ktorý by poslucháča zavádzal k takémuto činu pod hrozbou nátlaku alebo inej techniky reči. Do úvahy je podľa nás vhodné vziať aj fakt, že ide o podporu dobročinného diela Cirkvi, kde sa pomáha núdznym v rôznych častiach sveta.“

15. Šíriteľ poskytol Rade aj záznam predmetného komunikátu.

VII. Predbežné posúdenie

16. Predbežné posúdenie sa uskutočnilo 8. 10. 2026 Senátom v súlade s § 24 Protokolu, ktorému predchádzalo ústne vypočutie zástupkyne šíriteľa.

17. Po predbežnom posúdení dospel Senát k záveru, ktorý je vyjadrený vo výroku tohto nálezu.

18. Záver predbežného posúdenia bol dňa 22. 10. 2026 oznámený šíriteľovi, ktorý sa v lehote na námietky nevyjadril. Za súhlas šíriteľa so záverom predbežného posúdenia sa podľa § 24 ods. 8 Opčného protokolu považuje aj márne uplynutie lehoty na vznesenie námietok.

VIII. Názor Komisie

19. Senát pri posudzovaní predmetnej reklamy prihliadal na jej celkové vyznenie, použitý jazyk a spôsob, akým je poslucháčovi predstavená možnosť zahrnúť Pápežské misijné diela do závetu. Zohľadnil pritom aj námietku sťažovateľa, podľa ktorého reklama môže pôsobiť nátlakovo voči seniorom, ktorí vlastnia nehnuteľnosti, a môže ich viesť k rozhodnutiu v neprospech ich blízkych.

20. Senát sa však s uvedenou námietkou nestotožnil. Z obsahu reklamného spotu nevyplýva, že by reklama na poslucháčov vyvíjala neprimeraný nátlak, vyvolávala v nich pocit viny alebo ich iným spôsobom nútila, aby svoj majetok odkázali v prospech Pápežských misijných diel. Reklama využíva obrazné vyjadrenie o zasadení stromu a jeho úžitku pre budúce generácie, prostredníctvom ktorého približuje myšlienku odkazu, ktorý môže mať pozitívny význam aj po smrti človeka. Takéto spracovanie senát vníma ako emotívne a hodnotovo ladené vyjadrenie, ktoré je v kontexte propagácie dobročinnej činnosti primerané a samo osebe nepredstavuje zneužívanie dôvery spotrebiteľov.

21. Za podstatnú Senát však považoval skutočnosť, že reklama výslovne uvádza: „Po zabezpečení svojich blízkych môžete vo svojom závete pamätať aj na misie.“ Toto vyjadrenie podľa Senátu zreteľne komunikuje, že prípadné zahrnutie Pápežských misijných diel do závetu má prichádzať do úvahy až po zabezpečení blízkych osôb. Reklama teda nevyzýva poslucháčov, aby uprednostnili zadávateľa pred blízkymi osobami, ani ich nenabáda, aby sa vzdali majetku na úkor potrieb svojich blízkych. Možnosť odkázania majetku predstavuje ako dobrovoľné rozhodnutie jednotlivca.

22. Senát zároveň prihliadal na to, že spotrebitelia môžu pri rozhodovaní o nakladaní so svojím majetkom zohľadňovať rôzne osobné, rodinné či hodnotové dôvody a že reklama v tomto prípade predstavuje jednu z možností, ako podporiť činnosť zadávateľa. Samotná skutočnosť, že takáto výzva môže u niektorých poslucháčov vyvolať emócie alebo podnietiť ich k úvahám o budúcom usporiadaní majetku však ešte neznamená, že reklama poškodzuje záujmy spotrebiteľov alebo zneužíva ich dôveru.

23. Na základe uvedeného senát dospel k záveru, že predmetný reklamný spot neobsahuje prvky, ktoré by odôvodňovali záver o neprípustnom nátlaku na poslucháčov alebo o zneužívaní ich dôvery. Reklama predstavuje možnosť podpory dobročinnej činnosti prostredníctvom závetu a ponecháva rozhodnutie na slobodnom uvážení jednotlivca. Senát preto konštatoval, že odvysielaním predmetnej reklamy nedošlo k porušeniu § 6 ods. 4 písm. a) a b) Protokolu.

24. V súvislosti s námietkami sťažovateľa senát poukazuje aj na závery Komisie, ktorá posudzovala reklamu vo vzťahu k zadávateľovi, pričom reklamu vyhodnotila ako neporušujúcu Kódex (bližšie pozri nález č. 88 (09-05) I.)

IX. Záver posúdenia predmetu sťažnosti

25. Na základe vyššie uvedeného Senát na svojom zasadnutí, ktoré sa uskutočnilo dňa 8. 10. 2026 rozhodol, že odvysielaním reklamného oznamu „Závet ako dar života“ (dňa 9. 9. 2026) v rozhlasovom vysielaní Rádia Lumen, strana Protokolu – vysielateľ rozhlasovej programovej služby, spoločnosť Rádio LUMEN, spol. s r. o. neporušila pravidlá Protokolu vrátane pravidiel doň recipovaných zo Zákona a sťažnosť nie je opodstatnená.

26. 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, len 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 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 28. 10. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie

* * *