

Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 25. 3. 2026

Správne konania: 0063/SKO/2026 (predch. č. 0135/SKO/2025)
0005/SKO/2026 (predch. č. 0146/SKO/2025)
Predmet: § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z.
Účastníci konania: Slovenská televízia a rozhlas
Rada pre reklamu
Správny orgán: Rada pre mediálne služby

Dátum: 18. 3. 2026

NÁVRH UZNESENIA:

Rada pre mediálne služby (ďalej len „Rada“) ako orgán príslušný podľa § 109 ods. 1 až 4 a § 110 ods. 2 písm. b) zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej len „zákon č. 264/2022 Z. z.“), v senáte 3 zloženom z predsedu Ing. Juraja Rybanského a členov senátu Mgr. Andrey Cox a Mgr. Michala Dzurjanina, postupom podľa § 225 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. v správnych konaniach č. 0063/SKO/2026 (predch. č. 0135/SKO/2025) a 0005/SKO/2026 (predch. č. 0146/SKO/2025) vedených s účastníkmi konania Slovenská televízia a rozhlas, so sídlom: Mlynská dolina, 845 45 Bratislava, IČO: 56 398 255, a Rada pre reklamu, so sídlom: Šustekova 51, 851 04 Bratislava, IČO: 31 753 124, rozhodla, že účastník správneho konania:

Slovenská televízia a rozhlas, so sídlom: Mlynská dolina, 845 45 Bratislava, IČO: 56 398 255

porušil

povinnosť ustanovenú v § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z.

tým, že

1. na programovej službe Jednotka dňa 30. 7. 2025 o 19:49 hod. odvysielal reklamný oznam *ALove*, verzia *Zásnuby*,
 2. na programovej službe Jednotka dňa 31. 8. 2025 o 19:50 hod. a 19:54 hod., dňa 4. 10. 2025 o 19:50 hod. a dňa 15. 10. 2025 o 20:25 hod. odvysielal reklamný oznam *ALove*, verzia *Narodeniny*,
- v ktorých došlo k porušeniu povinnosti zabezpečiť, aby bol reklamný oznam slušný,

za čo mu ukladá

podľa ustanovenia § 134 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. úhrnnú sankciu – **upozornenie na porušenie zákona.**

Úloha:

Kancelária Rady vydá písomné vyhotovenie rozhodnutia a zašle ho účastníkom konaní.

T: 27. 4. 2026

Z: PO

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 8. 10. 2025 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči vysielateľovi Slovenská televízia a rozhlas (ďalej aj „účastník konania“) vo veci možného porušenia **§ 82 ods. 1 písm. a)** zákona č. 264/2022 Z. z. v súvislosti s tým, že na programovej službe Jednotka dňa 30. 7. 2025 o 19:49 hod. odvysielal reklamný oznam *ALove*, v ktorom mohlo dôjsť k porušeniu povinnosti zabezpečiť, aby bol reklamný oznam slušný.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 3. 11. 2025, na základe čoho sa začalo správne konanie č. 0063/SKO/2026 (predch. č. 0135/SKO/2025). Účastník konania bol súčasne vyzvaný, aby v lehote najneskôr do 10 dní od doručenia oznámenia v súlade s § 33 ods. 1 a § 34 ods. 3 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní zaslal svoje stanovisko, prípadne navrhol dôkazy a vyjadril sa k podkladom pre rozhodnutie v predmetnom správnom konaní. Súčasne bol účastník konania upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostatočné pre presné a úplné zistenie skutočného stavu veci. Účastník konania bol tiež upovedomený, že podľa ustanovenia § 130 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z. je účastníkom tohto správneho konania aj Rada pre reklamu ako samoregulačný orgán, ktorý v danej veci rozhodol.

Dňa 13. 11. 2025 bola Rade doručená žiadosť účastníka konania o predĺženie lehoty na vyjadrenie. Žiadosti bolo vyhovie listom č. 04064/2025 doručeným dňa 21. 11. 2025.

Vyjadrenie účastníka konania bolo Rade doručené dňa 27. 11. 2025.

Dňa 14. 11. 2025 bolo oznámenie o začatí správneho konania doručené Rade pre reklamu. Účastník konania bol súčasne vyzvaný, aby v lehote najneskôr do 10 dní od doručenia oznámenia v súlade s § 33 ods. 1 a § 34 ods. 3 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní zaslal svoje stanovisko, prípadne navrhol dôkazy a vyjadril sa k podkladom pre rozhodnutie v predmetnom správnom konaní. Súčasne bol účastník konania upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostatočné pre presné a úplné zistenie skutočného stavu veci.

Vyjadrenie Rady pre reklamu bolo Rade doručené dňa 24. 11. 2025.

* * *

Rada na svojom zasadnutí dňa 3. 12. 2025 prijala uznesenie o začatí správneho konania voči vysielateľovi Slovenská televízia a rozhlas vo veci možného porušenia **§ 82 ods. 1 písm. a)** zákona č. 264/2022 Z. z. v súvislosti s tým, že na programovej službe Jednotka dňa 31. 8. 2025 o 19:50 hod. a 19:54 hod., dňa 4. 10. 2025 o 19:50 hod. a dňa 15. 10. 2025 o 20:25 hod. odvysielal reklamný oznam *ALOVE*, v ktorom mohlo dôjsť k porušeniu povinnosti zabezpečiť, aby bol reklamný oznam slušný.

Oznámenie o začatí správneho konania bolo účastníkovi konania doručené dňa 5. 1. 2026, na základe čoho sa začalo správne konanie č. 0005/SKO/2026 (predch. č. 0146/SKO/2025). Účastník konania bol súčasne vyzvaný, aby v lehote najneskôr do 10 dní od doručenia oznámenia v súlade s § 33 ods. 1 a § 34 ods. 3 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní zaslal svoje stanovisko, prípadne navrhol dôkazy a vyjadril sa k podkladom pre rozhodnutie v predmetnom správnom konaní. Súčasne bol účastník konania upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostatočné pre presné a úplné zistenie skutočného stavu veci. Účastník konania bol tiež upovedomený, že podľa ustanovenia § 130 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z. je účastníkom tohto správneho konania aj Rada pre reklamu ako samoregulačný orgán, ktorý v danej veci rozhodol.

Vyjadrenie účastníka konania bolo Rade doručené dňa 19. 1. 2026.

Dňa 19. 1. 2026 bolo oznámenie o začatí správneho konania doručené Rade pre reklamu. Účastník konania bol súčasne vyzvaný, aby v lehote najneskôr do 10 dní od doručenia oznámenia v súlade s § 33 ods. 1 a § 34 ods. 3 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní zaslal svoje stanovisko, prípadne navrhol dôkazy a vyjadril sa k podkladom pre rozhodnutie v predmetnom správnom konaní. Súčasne bol účastník konania upozornený, že pokiaľ svoje práva v stanovenej lehote nevyužije, Rada môže rozhodnúť vo veci aj bez jeho stanoviska, pokiaľ uzná, že podklady a dôkazy zhromaždené v správnom konaní sú dostatočné pre presné a úplné zistenie skutočného stavu veci.

Vyjadrenie Rady pre reklamu bolo Rade doručené dňa 29. 1. 2026.

* * *

Prepis/popis skutkového stavu k správnomu konaniu č. 0063/SKO/2026

Vysielanie bolo monitorované zo záznamu Rady.

časový kód záznamu o cca:

19:49:52

Reklama ALOve – Zásnuby

Obrazová zložka:

Na obrazovke sa zjavuje tvar srdca, ktoré sa zväčšuje a v jeho strede sa napokon objaví zásnubný prsteň, cez ktorý je zobrazený ozdobný text ružovým písmom „Zásnuby“. V pravom hornom rohu je počas celého trvania reklamy logo ALOve. Prestrih. Mužské ruky držiace v spojených dlaniach ženskú ruku, ktorá má na prstenníku zásnubný prsteň. Prestrih. Podnik, v ktorom sa v pozadí bavia ľudia. Uprostred záberu je mladý pár. Muž akoby práve vstáva z pokľaku a objíma sa so ženou, ktorá mu skočí do náruče. Muž dvihne ženu do náruče a následne kamera zvrchu sníma objímajúci sa pár točiaci sa okolo vlastnej osi. Prestrih. Schodisko vo vnútri domu. Po schodoch kráča pár držiaci sa za ruky. Prestrih. Jedálenský stôl, pri ktorom sedí mladý pár spolu s rodičmi. Pár sa po chvíli chytí za ruky. Prestrih. Záber na držiace sa ruky, pričom sa na mužských prstoch nachádzajú vytetované ozdobné písmená FUCK (predmetný záber v trvaní cca 1 sek). Prestrih. Záber na prísne vyzerajúcu tvár otca, ktorý po chvíli zdvihne pohľad akoby nahor. Prestrih. Záber na mladého muža, ktorý sa náhle prestane usmievať. Prestrih. Záber na ruku, ktorá zhadzuje rodičovskú svadobnú fotografiu stojacu na stolíku. Prestrih. Usmievajúci sa mladý pár v kabriolette. Žena sa pozrie do spätného zrkadielka. Vzápätí záber na ženskú ruku na riadiacej páke. Nasledujú rýchlo striedajúce sa zábery na rôzne fotografie – ruky nad biliardovým stolom, nevesta s tágom v ruke, svadobný pár sediaci na chodníku. V čase cca 19:50:05 hod. a 19:50:06 hod. sa zobrazia takmer identické fotografie, na ktorých je zobrazená nočná ulica. Stojí na nej ženích, ktorý ma cez rameno „prehodenú“ nevestu. Nevesta je otočená akoby smerom k obrazovke, má zodvihnutú ľavú ruku a ukazuje prsteň, ktorý má na vystretom prostredníku (jej palec je tiež vystretý a zvyšné prsty sú schované v pästi). Prestrih. Pár so psom utekajúci po lúke zaliatej slnkom. Prestrih. Smejúci sa pár sedí na lúke, medzi nimi sedí pes a olizuje ženu. Prestrih. Záber na nočnú scenériu s ohňom, stanom a skáčucou postavou zabalenou v spacáku, ktorá drží paličky na opekanie. Prestrih. Záber na ženu, ktorá sa skúmavo pozerá. Prestrih. Záber na ženskú ruku s prsteňmi, ktorá namáča nugetku do rôznych omáčok. Prestrih. Žena leží na posteli a konzumuje jedlo z donášky. Prestrih. Nočné parkovisko, uprostred ktorého stojí auto. Kamera sa priblíži smerom k prednému sklu auta, za ktorým je vidieť bozkávajúci sa pár. Uprostred obrazovky sa postupne zobrazuje logo ALOve. Následne sa obrazovka celá prekryje žltým pozadím, na ktorom sa nachádza logo ALOve, pod ním text „Tradícia vo vašom štýle“, v spodnej časti obrazovky sa nachádzajú zobrazenia piatich rozličných prsteňov.

Zvuková zložka:

Ženský hlas (mimo obraz): „Zásnuby. To je krok v živote mladého páru, keď sa láska mení na zodpovednosť. Po tradičnom požehnaní od rodičov sa púšťajú do svadobných príprav. Prsteň na ruke je predzvesťou dôstojného obradu a čoskoro aj detí pobehujúcich pod nohami. Z neho sa stáva životel a z nej šikovná gazdinka. Neriešte, čo sa patrí. Život patrí vám. Alove. Tradícia vo vašom štýle.“

Prepis/popis skutkového stavu k správne konaniu č. 0005/SKO/2026

Deň vysielania: 31. 8. 2025

Čas vysielania: 19:50, 19:54 hod.

Vysielanie bolo monitorované zo záznamu Rady.

časový kód záznamu o cca:

19:50:54 a 19:54:45

Reklama ALOve - Narodeniny

Obrazová zložka:

Na obrazovke sa zjavuje tvar srdca, ktoré sa zväčšuje a v jeho strede sa napokon objaví ruka držiaca darčekovú krabičku s náušnicami a náhrdelníkom. V pravom hornom rohu je počas celého trvania reklamy logo ALOve. Nasleduje záber na ženu, ktorá má na krku dve retiazky s rôznymi príveskami. Prestrih. Oslava, na ktorej sú rôzne ženy. Jedna z nich drží v rukách tortu ozdobenú horiacimi sviečkami. Prestrih. Oslávenkyňa sfukuje sviečky na torte. Prestrih. Žena, ktorá je zjavne nahnevaná zabuchne dvere na izbe. Udríe do nich pästami, zakričí a rázne odchádza. Prestrih. Žena sa otáča smerom k obrazovke, provokatívne nakloní hlavu a zodvihne ruky, pričom vystrie prostredníky ozdobené prsteňmi (zvyšné prsty má zovreté v päšť, na niektorých z nich má prstene). Následne ženu osvieti blesk a počuť zvuk cvaknutia fotoaparátu. Prestrih. Záber na ruku (na prstoch je vidieť prstene), ktorá sa snaží vypnúť budík na telefóne položenom na nočnom stolíku. Prestrih. Žena kráčajúca nočnou ulicou popri vysvietených výkladoch. Prestrih. Záber na nohy ženy sediacej na okraji chodníka. V rukách má plechovku a prechádza si ňou po hornej časti chodidla. Záber sa presúva na tvár ženy. Je extravagantne oblečená, výrazne namaľovaná, ozdobená šperkami. Prestrih. Žena leží na posteli a na tvári má ošetrojúcu masku. Prestrih. Slávnostne oblečené ženy sadiace na schodoch. Všetky majú na sebe šperky. Robia rôzne grimasy ako pri fotografovaní. Následne ženy osvieti blesk a počuť zvuk cvaknutia fotoaparátu. Prestrih. Žena sadiaca vo vani (kamera ju sníma od prs nahor, pričom prsia prekryva pena) obkolesenej horiacimi sviečkami. Žena má na hlave natáčky, je ozdobená šperkami a konzumuje čokoládu. Po chvíli sa otočí k mobilnému telefónu, ktorý drží v ruke a usmeje sa. Uprostred obrazovky sa postupne zobrazuje logo ALOve. Následne sa obrazovka celá prekryje fialovým pozadím, na ktorom sa nachádza logo ALOve, pod ním text „Tradícia vo vašom štýle“, v spodnej časti obrazovky sa nachádzajú zobrazenia piatich rozličných prsteňov.

Zvuková zložka:

Ženský hlas (mimo obraz): „Už nemá dvadsať, už nemá ani dvadsaťpäť. Tridsiatka je mĺňnikom v živote ženy, keď sa z mladej slečny stáva ozajstná dáma. Biologické hodiny tikajú. Jej správanie a vzhľad, sú čoraz primeranejšie jej veku a postaveniu. A tak je to správne. Neriešte, čo sa patrí. Život patrí vám. Alove. Tradícia vo vašom štýle.“

Deň vysielania: 4. 10. 2025

Čas vysielania: 19:50 hod.

Vysielanie bolo monitorované zo záznamu Rady.

časový kód záznamu o cca:

19:50:37

Reklama ALOve - Narodeniny (dĺžka trvania cca 29 sek.)

Reklama je identická s vyššie popísanou reklamou odvysielanou dňa 31. 8. 2025 o 19:50:54 hod. a 19:54:45 hod.

Deň vysielania: 15. 10. 2025

Čas vysielania: 20:25 hod.

Vysielanie bolo monitorované zo záznamu Rady.

časový kód záznamu o cca:

20:25:29

Reklama ALOve - Narodeniny (dĺžka trvania cca 29 sek.)

Reklama je identická s vyššie popísanou reklamou odvysielanou dňa 31. 8. 2025 o 19:50:54 hod. a 19:54:45 hod.

* * *

Podľa § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z.: „Vysielateľ je povinný zabezpečiť, aby ním vysielaný reklamný oznam a telenákup boli slušné a čestné.“

Podľa § 130 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z.: „O veci, o ktorej rozhodol samoregulačný orgán zapísaný v evidencii, regulátor nekoná. Regulátor môže začať konanie v prípade, že rozhodnutie samoregulačného orgánu je v celkom zjavnom rozpore s kódexom alebo týmto zákonom alebo je ním uložená sankcia celkom zjavne neprimeraná.“

Podľa § 130 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z.: „Ak regulátor začne konanie podľa odseku 1 alebo pokračuje v konaní podľa odseku 2, samoregulačný orgán je účastníkom konania.“

* * *

Dňa 31. 7. 2025 regulátor zaevidoval podnet voči vysielaniu reklamy ALOve odvysielanej dňa 30. 7. 2025 na programovej službe Jednotka. Podnet bol ihneď po doručení v súlade s § 130 ods. 4 zákona č. 264/2022 Z. z. postúpený Rade pre reklamu, ktorá ako samoregulačný orgán uskutočňuje výkon dohľadu nad dodržiavaním povinností zákona č. 264/2022 Z. z. v oblasti reklamy. Arbitrážny nález Rady pre reklamu vo veci sťažnosti č. 37 (06-14) zo dňa 22. 8. 2025 bol regulátorovi doručený dňa 22. 8. 2025 s výsledkom, že vysielateľ Slovenská televízia a rozhlas neporušil pravidlá Protokolu vrátane pravidiel recipovaných doň zo zákona.

Vzhľadom na výskyt záberov na vytetované písmená FUCK a nevestu, ktorá na kameru ukazuje zodvihnutú ľavú ruku a ukazuje prsteň, ktorý má na vystretom prostredníku (jej palec je tiež vystretý a zvyšné prsty sú schované v pästi), ktoré boli prítomné v predmetnom komunikáte, vzniklo dôvodné podozrenie, že došlo k nezabezpečeniu povinnosti vyplývajúcej z ustanovenia **§ 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z.**, aby vysielaný reklamný oznam bol slušný.

Dňa 1. 9. 2025 regulátor zaevidoval podnet voči vysielaniu reklamy ALOve odvysielanej dňa 31. 8. 2025 na programovej službe Jednotka. Podnet bol ihneď po doručení v súlade s § 130 ods. 4 zákona č. 264/2022 Z. z. postúpený Rade pre reklamu, ktorá ako samoregulačný orgán uskutočňuje výkon dohľadu nad dodržiavaním povinností zákona č. 264/2022 Z. z. v oblasti reklamy. V dňoch 4. 10. 2025 a 15. 10. 2025 boli v súvislosti s predmetným šotom doručené regulátorovi ďalšie dva podnety, ktoré boli takisto postúpené Rade pre reklamu. Arbitrážny nález Rady pre reklamu vo veci sťažnosti č. 49 (07-01) I. zo dňa 7. 11. 2025 bol regulátorovi doručený dňa 11. 11. 2025 s výsledkom, že vysielateľ Slovenská televízia a rozhlas neporušil pravidlá Protokolu vrátane pravidiel recipovaných doň zo zákona.

Vzhľadom na výskyt záberu na ženu, ktorá na kameru ukazuje zodvihnuté ruky, pričom vystrie prostredníky ozdobené prsteňmi (zvyšné prsty má zovreté v pästi, na niektorých z nich má prstene), ktorý bol prítomný v predmetnom komunikáte, vzniklo dôvodné podozrenie, že došlo k nezabezpečeniu povinnosti vyplývajúcej z ustanovenia **§ 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z.**, aby vysielaný reklamný oznam bol slušný.

Z toho dôvodu je možné, že rozhodnutia samoregulačného orgánu sú v rozpore s Opčným protokolom k Etickému kódexu reklamnej praxe o reklamnej praxi pri šírení mediálnej komerčnej komunikácie alebo zákonom č. 264/2022 Z. z., na základe čoho bol naplnený predpoklad podľa § 130 ods. 1 druhá veta zákona č. 264/2022 Z. z., a preto Rada začala predmetné správne konania vo veci možného porušenia § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. Účastníkom správnych konaní je podľa § 130 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z. aj Rada pre reklamu.

* * *

Účastník konania Slovenská televízia a rozhlas vo svojich vyjadreniach uviedol, že podľa neho Rada pre reklamu pri posudzovaní predmetných reklamných oznamov postupovala v súlade s protokolom a rokovacím poriadkom. Slovenská televízia a rozhlas uvádza, že je potrebné posúdiť, či je obsah reklamy súladný s bežnými pravidlami spoločenského správania, ako aj posúdiť reklamu ako celok, s ohľadom na jej celkový kontext, vzťah reklamy k produktu a zvolenú cieľovú skupinu. Podľa účastníka konania zvolený vizuálny jazyk reklamného oznamu neprekračuje rámec všeobecnej normy slušnosti, ide o prípustnú umeleckú štylizáciu a nie o neslušnú vulgárnosť. Predmetné tetovanie, ako ani zdvihnuté prostredníky nie sú použité vo vulgárnom význame ako urážka, nie sú adresované žiadnej osobe a nepodnecujú žiadne neželené správanie.

V prípade tetovania ide podľa účastníka konania o kontrast k slušnému rodinnému prostrediu, pričom zobrazenie tetovania je účelovo prispôbené tak, aby nebol bezprostredne jasný jeho význam. Výraz bol použitý v cudzom jazyku a samotné vizuálne predvedenie výrazu neobsahuje len strohé písmená, ale je doplnené o ďalšie grafické prvky.

V prípade zdvihnutého prostredníku ide o záber, ktorý vyjadruje individuálnu osobnosť mladej ženy. Scéna je pozitívna, mladá žena sa usmieva a je šťastná. Zdvihnutý prostredník nesmeruje na nikoho konkrétneho, ale je mladícky využité na prezentáciu šperku. Účastník konania je toho názoru, že celkový obsah a kontext reklamy boli pripravované s pocitom zodpovednosti voči spotrebiteľom tak, aby boli dostatočne slušné a úctivé. V celkovom kontexte reklamného oznamu a ich reklamného posolstva nie sú predmetné zábery podstatné, nie sú nosnými scénami ani témou reklamného oznamu, ale súčasťou reklamy ako takej. Namietané expresívne prvky boli použité v obraze, nie vo zvuku.

Účastník konania tiež poukazuje na rozhodnutie Rady pre vysielanie a retransmisiu č. RP/21/2012 z 24. 4. 2012, ktoré sa týkalo porušenia rovnakej povinnosti v prípade reklamného spotu na produkt Kofola extra bylinková, ktorého nosným motívom bol milostný vzťah učiteľky a žiaka. V danom prípade Rada neposudzovala jednotlivé scény reklamy osobitne bez ohľadu na celkový kontext, motív a tému reklamy, ale naopak bolo za neakceptovateľné považované správanie, ktoré bolo nosnou témou reklamy.

Účastník konania uvádza, že reklamný oznam sa zameriava na konkrétnu skupinu spotrebiteľov, ktorou je skupina dospelých mladých ľudí. Reklamný oznam nesmeruje na maloletých divákov ani ich nezobrazuje. Reklama je kreatívna a odvážna, avšak stále slušná a úctivá k tradíciám. Hlavnú úlohu zohrávajú šperky v kontexte radostných a pozitívnych udalostí. Reklamný oznam nemá za cieľ byť vulgárny ani negatívny.

Účastník konania na záver uvádza, že koncept reklamného oznamu bol zadávateľom pred jeho spustením testovaný, pričom reklama aj značka boli vnímané pozitívne. Podľa informácií účastníka konania sa reklamou, konkrétne billboardom, ktorý zobrazoval nevestu nesenú svojim partnerom, ktorá ukazuje zdvihnutý prostredník a palec a čiastočne vztýčený ukazovák, zaoberala aj česká Rada pre reklamu, ktorá sťažnosť voči tejto reklame zamietla ako nezávadnú.

* * *

Rada pre reklamu vo svojich vyjadreniach poukázala na svoj predchádzajúci arbitrážny nález č. 24 (06-01), na ktorý Arbitrážny nález č. 37 (06-14) odkazuje, v ktorom sa s otázkou slušnosti vysporiadali v širšom rámci, ako na ňu odkazuje Opčný protokol k Etickému kódexu reklamnej praxe. Reklama neobsahuje prvky, výrazové prostriedky či zobrazenia, ktoré by porušovali všeobecné normy mravnosti či slušnosti. V prípade zdvihnutého prostredníka ide o symbolické využitie tohto gesta, ktorého význam bol v kontexte reklamy zmenený. Už samotný nasadený prsteň dáva gestu iný význam, pričom samotné gesto nie je v kontexte cieľa a komunikačného posolstva reklamy nástrojom urážky.

Rada pre reklamu ďalej poukazuje na dôvodovú správu k § 82 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z., podľa ktorej tieto ustanovenia vychádzajú z kapitoly III. Čl. 11 ods. 1 až 3 Európskeho dohovoru o cezhraničnej televízii, pričom v prípade povinnosti podľa § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. ide o doslovnú transkripciu slovenského znenia dohovoru. Slovenskú republiku však zaväzuje autentické znenie dohovoru, ktorým je znenie v anglickom alebo francúzskom jazyku. Anglické znenie relevantného ustanovenia je *„Advertising and tele-shopping shall be fair and honest.“*. Francúzske znenie ustanovenia je *„Toute publicité et tout télé-achat doivent être loyaux et honnêtes.“*. Pojem slušný je teda nevyhnutné interpretovať výlučne vo význame *fair*, resp. *loyau*. V tejto súvislosti Rada pre reklamu poukazuje tiež na odsek 208 výkladovej správy k dohovoru, podľa ktorého: *„Z ustanovení tohto odseku vyplýva, že reklama a telenákup nesmú nekorektným spôsobom spochybňovať výrobky alebo služby konkurentov.“*. Účelom uvedenej normy má byť teda zabrániť tomu, aby reklama a telenákup neférovo diskreditovali produkty alebo služby iných súťažiteľov.

Rada pre reklamu ďalej uvádza, že pri posudzovaní kritéria slušnosti vychádza vždy z kontextu. Na trhu identifikovala množstvo bežne dostupných tovarov používajúcich „prostredník“ alebo text „FUCK“, či už mimo konkrétneho kontextu alebo v zrejmom kontexte. Nejde o výnimočný jav, ktorý by nebol v spoločnosti tolerovaný.

Rada pre reklamu tiež poukazuje na slobodu prejavu a dôvodí, že pokiaľ zahŕňa vyššie uvedené tovary a ich všeobecne prístupnú verejnú prezentáciu, zahŕňa aj mediálnu komerčnú komunikáciu v televíznom vysielaní, v ktorej sa takéto tovary vyskytujú. Je toho názoru, že reklama, ktorá je predmetom správnych konaní, je chránená slobodou prejavu a jej potenciálne vylúčenie z televízneho vysielania by nespĺnilo test proporcionality.

Rada pre reklamu na záver uvádza, že dohľad Rady pre mediálne služby v konkrétnom prípade je namieste len v prípade intenzívneho excusu rozhodnutia samoregulačného orgánu, ktorý nenastal. Samotný nesúhlas s názorom Rady pre reklamu sám osebe nemá byť dôvodom na začatie konania. Vyhlasuje, že nikdy nerozhoduje svojvoľne, ale vždy posudzuje skutkový stav v kontexte a len na základe dôkazov, ktoré hodnotí v súvislostiach.

* * *

V rámci posudzovania predmetu tohto správneho konania bolo potrebné vysporiadať sa s kolíziou ústavou zaručených práv a právom chránených záujmov.

Právo slobody prejavu patrí medzi základné politické práva v právnom poriadku každej demokratickej spoločnosti a v právnom poriadku Slovenskej republiky je zakotvené v čl. 26 Ústavy Slovenskej republiky. Avšak sloboda prejavu nie je bez hraníc, t. j. nemá absolútny charakter. Ústava SR ustanovuje možnosť obmedzenia slobody prejavu a práva na vyhľadávanie a šírenie informácií ako ochranu pred zneužitím slobody prejavu na zásah do iných ústavou garantovaných práv, cit.:

„Slobodu prejavu a právo vyhľadávať a šíriť informácie možno obmedziť zákonom, ak ide o opatrenia v demokratickej spoločnosti nevyhnutné na ochranu práv a slobôd iných, bezpečnosť štátu, verejného poriadku, ochranu verejného zdravia a mravnosti.“ (čl. 26 ods. 4 Ústavy SR)

V prípade vzájomného konfliktu ústavou garantovaných práv Ústavný súd SR (ďalej len „ÚS SR“) vo svojej doterajšej judikatúre už viackrát zdôraznil, že každý konflikt vo vnútri systému základných práv a slobôd (resp. ľudských práv a základných slobôd vyplývajúcich z medzinárodných zmlúv o ľudských právach a základných slobodách) treba riešiť prostredníctvom zásady ich spravodlivej rovnováhy (IV. ÚS 362/09, PL. ÚS 22/06, m. m. PL. ÚS 6/04, III. ÚS 34/07).

Všetky základné práva a slobody sa chránia len v takej miere a rozsahu, kým uplatnením jedného práva alebo slobody nedôjde k neprimeranému obmedzeniu, či dokonca popretiu iného práva alebo slobody (IV. ÚS 362/09, PL. ÚS 7/96). Pri posúdení kolízie dvoch základných práv je uznávanou teóriou, s ktorou

sa vo svojich nálezoach stotožnil aj US SR (napr. II. ÚS 152/2008, II. ÚS 326/2009, II. ÚS 340/09, IV. ÚS 107/2010, IV. ÚS 302/2010, IV. ÚS 472/2012), teória proporcionality (nazývaná aj trojstupňový test proporcionality).

Z vyššie uvedeného jednoznačne vyplýva, že sloboda prejavu je garantovaná len do tej miery, pokiaľ v neprimeranom rozsahu nezasahuje do základných práv a slobôd a právom chránených záujmov iných, prípadne do iných záujmov chránených právnym poriadkom krajiny. V takých prípadoch je nutné hovoriť o jej obmedzení a výnimkách, kedy je potrebné zasiahnuť do slobody prejavu.

Z citovaného ustanovenia Ústavy SR vyplýva, že slobodu prejavu je možné obmedziť na základe kumulatívneho splnenia troch podmienok. Obmedzenie musí

- vyplývať zo zákona (požiadavka legality),
- byť nevyhnutné v demokratickej spoločnosti (požiadavka proporcionality)
- a sledovať legitímny cieľ (požiadavka legitimacy), ktorý vyplýva z ustanovenia čl. 26 ods. 4 Ústavy SR.

Ústava SR zakotvuje legitímny cieľ obmedzenia slobody prejavu taxatívne, ako ochranu práv a slobôd iných, bezpečnosť štátu, verejného poriadku a ochranu verejného zdravia, mravnosti. Z uvedeného vyplýva, že obmedzenie slobody prejavu je možné z dôvodu ochrany verejného záujmu, ako aj ochrany individuálnych záujmov.

Požiadavka na kvalitatívnu stránku reklamných oznamov, okrem iného, aby boli slušné, zakotvená v ustanoveniach zákona č. 264/2022 Z. z., vychádza z potreby ochrany, predovšetkým maloletých osôb pred neslušnou reklamou, a teda vychádza z potreby ochrany záujmu chráneného Ústavou SR – mravnosti, ktorá môže byť ohrozená obsahom vysielaného či sprístupňovaného obsahu. Táto požiadavka je jednoznačne zakotvená v právnom poriadku SR. Právo na slobodu prejavu je teda celkom zrejme obmedzené osobitnou ochranou predovšetkým maloletých osôb, a to na základe zákona, konkrétne ustanovenia § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. Podmienka legality a legitimacy obmedzenia slobody prejavu je teda nepochybne naplnená. Proporcionality obmedzenia slobody prejavu je možné vnímať v dvoch rovinách. Prvou je obmedzenie slobody prejavu zakotvením určitých konkrétnych povinností všeobecne záväzným právnym predpisom, v tomto prípade zakotvením ustanovenia § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. Keďže zákonodarca využil ústavné splnomocnenie (čl. 26 ods. 4 Ústavy SR) na zakotvenie tohto obmedzenia formou zákona, je potrebné považovať tento princíp za zachovaný. Rade neprináleží zachovanie proporcionality v tejto rovine skúmať.

Druhou rovinou proporcionality je obmedzenie slobody prejavu uplatnením konkrétnych zákonných ustanovení, v konkrétnom prípade. Aplikácia ustanovenia § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. obmedzujúceho slobodu prejavu je teda v každom konkrétnom prípade otázkou posúdenia, či existujúci skutkový stav možno pod toto ustanovenie subsumovať. Kancelária Rady preto pristúpila k posúdeniu, či účastník konania Slovenská televízia a rozhlas odvysielal predmetný komunikát v súlade so zákonom.

Rada pre reklamu namieta nesprávny slovenský preklad Európskeho dohovoru o cezhraničnej televízii, ktorého oficiálnymi jazykmi sú angličtina a francúzština, preto sú pri posudzovaní právnej normy rozhodujúce iba tieto dve verzie uvedeného dohovoru. Je možné súhlasiť s Radou pre reklamu, že ani jedna z týchto jazykových verzií nepoužíva pojmy „slušný“ a „čestný“, ale „spravodlivý“ a „čestný“. Je však zároveň nevyhnutné uviesť, že podľa čl. 28 tohto dohovoru v znení pozmeňujúceho protokolu môžu signatári dohovoru prijať prísnejšie alebo detailnejšie pravidlá, ktoré sa budú týkať vysielateľov spadajúcich pod jurisdikciu konkrétného štátu, v tomto prípade Slovenskej republiky.

Slovenský zákonodarca už v zákone č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách ustanovil predmetnú povinnosť v znení „*Vysielateľ je povinný zabezpečiť, aby ním vysielaná reklama a telenákup boli čestné a slušné.*“ V obdobnom znení je táto povinnosť zakotvená aj v zákone č. 264/2022 Z. z. Nejde teda o novú povinnosť, ale táto povinnosť bola v zákone č. 308/2000 Z. z. prítomná už od jeho účinnosti 4. 10. 2000. K tejto povinnosti zároveň existuje bohatá judikatúra tak Krajského súdu v Bratislave, ako aj Najvyššieho súdu Slovenskej republiky (ďalej len „NS SR“) (pozri napr. rozsudok Krajského súdu v Bratislave vo veci sp. zn. 1S/155/2016-58 zo dňa 18. 10. 2018, príp. rozsudok NS SR vo veci sp. zn. 8SŽ/15/2014-57 zo dňa 21. 4. 2016).

Hoci teda slovenské znenie Európskeho dohovoru o cezhraničnej televízii nemusí zodpovedať oficiálnemu zneniu v anglickom a francúzskom jazyku, uvedené nič nemení na tom, že aj zákonodarca zakotvil túto povinnosť tak, že vysielateľ musí zabezpečiť, aby bol reklamný oznam čestný a slušný. Uvádzame tiež, že v tomto kontexte vykladala túto povinnosť premietnutú do Opčného protokolu k Etickému kódexu reklamnej praxe aj samotná Rada pre reklamu.

Pojem slušnosť nie je v zákone č. 264/2022 Z. z. definovaný. Podľa Krátkeho slovníka slovenského jazyka 4 z roku 2003 v prvom význame znamená „*vyhovujúci pravidlám spoloč. správania, zdvorilý, poriadny*“. Pravidlá spoločenského správania sa postupne menia v závislosti od doby aj prostredia, pričom sa môžu výrazne líšiť v prípade prejavov v rámci súkromnej sféry určitého okruhu osôb (napr. rodina alebo priatelia) od prejavov vyslovených v rámci verejnej sféry. V prípade slušnosti reklamného oznamu je potrebné posúdiť, či je jeho obsah v zhode s bežnými pravidlami spoločenského správania zaužívanými pre vysielanie (pozri napr. rozhodnutie Rady pre vysielanie a retransmisii č. RL/74/2011 z 4. 7. 2011).

NS SR vo svojom rozsudku sp. zn. **2SŽ/7/2013**, ktorým potvrdil rozhodnutie Rady č. RP/11/2013 zo dňa 29. 1. 2013, uviedol, cit.: „*Je možné súhlasiť s názorom navrhovateľa, že pojem slušnosť je dôležitým javom, ktorý by mal byť princípom každej spoločnosti a že je nespochybniteľné, že **vplyv na morálku spoločnosti majú dokonca vo veľmi veľkej miere aj médiá.** Práve z tohto dôvodu by však malo byť pre navrhovateľa vlastné, aby vo svojom vysielaní obmedzoval používanie vulgarizmov a neslušných slov, aj keď tieto sa v komunikácii v určitých spoločenských kruhoch bežne používajú.* Vysielanie multiregionálnych televízií má čoraz väčší dopad na obyvateľstvo a priamo ovplyvňuje jeho správanie. Preto je logické, že ak chceme, aby bola spoločnosť naozaj morálne a eticky vyspelá, k tejto snahe nemôže prispieť navrhovateľ tým, že bude do svojho vysielania zaraďovať reklamu, v ktorej sa vyskytujú vulgarizmy.“

V reklamnom ozname ALove, verzia Zásnuby bol odvysielaný, okrem iného, záber na držiace sa ruky, pričom sa na mužských prstoch nachádzajú vytetované ozdobné písmená FUCK. Uvedené anglické slovo je možné preložiť ako *jebať; kurva/do riti*.

Anglický jazyk patrí medzi najpoužívanejšie svetové jazyky, pričom často sa anglické výrazy preberajú aj do slovenského jazyka. Anglický jazyk je vyučovaný ako povinný jazyk už od tretieho ročníka základnej školy. Je teda možné konštatovať, že väčšina divákov má určitú základnú znalosť anglického jazyka. Rovnako je potrebné vziať do úvahy všeobecnú znalosť daného výrazu pre priemerného recipienta. Hoci jeho preklad môže byť rôzny vzhľadom na kontext, v ktorom je použitý, v každom prípade má jednoznačne vulgárny charakter. Za podstatné tiež považujeme, že tetovanie so sporným výrazom bolo zobrazené detailne v trvaní cca 1 sekundy, takže bežný divák ľahko rozoznal, o aký výraz ide, a to aj pri zohľadnení ozdobného písma použitého na vyhotovenie tetovania.

Rada pre reklamu argumentuje, že ide o výraz, ktorý je bežne používaný na rôznych produktoch, napr. na oblečení. Skutočnosť, že tento výraz sa vyskytuje na oblečení, príp. aj iných produktoch, však nemôže byť dôvodom na to, aby bol považovaný za slušný. Je nevyhnutné prihliadnuť na jednotlivé sféry, v ktorých sa určitý výraz vyskytuje aj vzhľadom na právne predpisy regulujúce jednotlivé oblasti.

Je zrejmé, že zákonodarca považuje vysielanie, či už televízne alebo rozhlasové, za oblasť, ktorá si vyžaduje určité pravidlá týkajúce sa obsahu vysielania, medzi ktoré patrí aj povinnosť zabezpečiť slušnosť reklamných oznamov. Vyššie uvedený výraz je jednoznačne vulgárny a v žiadnom kontexte ho nie je možné považovať za slušný a v súlade s pravidlami spoločenského správania. Pokiaľ v iných oblastiach nie sú stanovené také prísne podmienky ako na vysielanie, napr. v prípade výskytu vulgárnych výrazov na oblečení, táto skutočnosť samá osebe ešte nemôže mať za následok súladnosť s pravidlami stanovenými v zákone č. 264/2022 Z. z. pri vysielaní reklamných oznamov. Neexistencia regulácie určitých typov produktov, napr. oblečenia, z hľadiska možnosti zobrazovania vulgárnych výrazov alebo gest, ešte neznamena, že v prípade regulácie takýchto obsahov vo vysielaní ide o neproporcionálny zásah do slobody prejavu, čo vyplýva aj z dosahu vysielania na verejnosť a mediálnej komerčnej komunikácie obzvlášť.

V prípade zdvihnutého prostredníku ide opäť o gesto, o ktorého vulgárnom charaktere nemôžu byť žiadne pochybnosti. Jeho význam je obdobný ako v prípade vyššie uvedeného výrazu fuck. Ako uvádza účastník konania, toto gesto môže byť používané v rôznych významoch, pričom nemusí mať vyslovene urážlivý charakter. Hoci kontext použitia gesta má dopad na jeho výklad a prijatie druhou osobou, je potrebné poukázať na to, že recipientom reklamných oznamov je široké spektrum ľudí, ktoré vzhľadom na zákonné obmedzenia týkajúce sa kvalitatívnej stránky reklamných oznamov prirodzene neočakávajú podobné gestá vo vysielaní reklamných oznamov. Opäť je pritom dôležité zdôrazniť, že toto gesto bolo zobrazené detailne v trvaní cca 1 sekundy a bolo jednoznačne rozoznateľné.

Oproti iným záberom v reklamnom ozname boli ako uvedené tetovanie, tak aj zdvihnutý prostredník zobrazené detailnejšie a v dlhšom časovom trvaní. Takéto zobrazenia nie je možné považovať za náhodné alebo nepodstatné pre celkové vyznenie reklamného oznamu.

Uvedené platí aj v prípade reklamného oznamu ALove, verzia Narodeniny. V tomto prípade bol odvysielaný záber na zdvihnuté prostredníky na oboch rukách protagonistky komunikátu, a to opäť detailne a v trvaní cca 2 sekundy.

Hlavným účelom reklamného oznamu, ktorý vyplýva už z jeho samotnej definície podľa § 81 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z., je propagovať určitý produkt, službu, a pod. V prípade posudzovaných komunikátov ide o propagáciu produktov značky ALove. Je možné súhlasiť s účastníkom konania Slovenská televízia a rozhlas, že cieľovou skupinou sú dospelí mladí ľudia, čomu zodpovedá aj dynamické a štylistické spracovanie oboch komunikátov, ktorých hlavnými protagonistami sú práve mladí ľudia. Uvedené však nemôže vysielateľa oslobodiť od dodržiavania povinností vzťahujúcich sa na reklamné oznamy, vrátane povinnosti zabezpečiť ich slušnosť.

Slušnosť reklamných oznamov je dôležitá práve z dôvodu ich širokého zásahu recipientov a výraznej propagačnej funkcie. V prípade programov je dôležité posúdiť vhodnosť pre konkrétne vekové skupiny maloletých a na základe toho programy náležite označiť prislúchajúcimi piktogramami nevhodnosti, čiže nie sú kladené prísne podmienky na ich samotný obsah, ale až na následné správne označenie. Pri reklamných oznamoch sú naopak kladené viaceré podmienky na samotný obsah. Uvedené platí o to viac, ak ide o reklamné oznamy na bežné produkty alebo služby, na ktoré sa nevzťahujú dodatočné podmienky týkajúce sa napríklad ich časového zaradenia. Slušnosť reklamného oznamu teda musí byť dodržaná vždy, bez ohľadu na cieľovú skupinu, pre ktorú môžu byť použitý výraz a gesto bežnou súčasťou ich života.

Skutočnosť, že zadávateľ reklamy mal pri testovaní reklamnej kampane pozitívnu spätnú väzbu, nie je pre posúdenie jej súladnosti s povinnosťami podľa zákona č. 264/2022 Z. z. relevantná, keďže ani pozitívna spätná väzba nemôže vysielateľa oslobodiť od dodržiavania zákona. Rovnako je bez relevancie skutočnosť, že česká Rada pre reklamu považovala reklamu za nezávadnú, keďže nejde o subjekt, ktorý by spadal do kompetencie regulátora.

Hoci teda daný výraz a použité gesto kontextuálne zapadali do spracovania reklamných oznamov, ich propagačný účel mohol byť dosiahnutý aj bez ich použitia a reklamné oznamy by tým nijako nestratili na svojej výpovednej hodnote. Nie je pritom podstatné, či boli použité v obraze alebo vo zvuku, pretože v prípade televízneho vysielania sú obe zložky rovnocenné, obzvlášť ak ide o reklamné oznamy, ktoré vo veľkej miere kladú dôraz práve na obrazovú zložku.

Slovenská televízia a rozhlas poukazuje na to, že v prípade rozhodnutia č. RP/21/2012 Rada neskúmala jednotlivé scény reklamy, ale jej celkové vyznenie vzhľadom na zobrazený vzťah učiteľky a žiaka. Táto skutočnosť však vyplýva z toho, že už samotné zobrazenie takéhoto vzťahu bolo Radou považované za neslušné a odporujúce bežným spoločenským zvyklostiam. Problematické teda neboli jednotlivé scény, ale už samotný koncept reklamy. Vo väčšine prípadov posudzovaných Radou však nebol problematický koncept reklamného oznamu, ale konkrétne výrazové prostriedky, najmä expresívne alebo vulgárne výrazy (napr. rozhodnutia Rady č. RP/14/2022, RP/14/2021 alebo RP/42/2020). V prípade reklamných oznamov posudzovaných v rámci predmetných správnych konaní tak Rada nijakým spôsobom nevybočuje zo svojej rozhodovacej praxe.

Rada pre reklamu tiež tvrdí, že skutočnosť, že Rada nesúhlasí s jej posúdením predmetných reklamných oznamov, ešte neznamená, že jej rozhodnutia boli v celkom zjavnom rozpore s kódexom alebo zákonom č. 264/2022 Z. z.

Podľa dôvodovej správy k zákonu č. 264/2022 Z. z. je ustanovenie § 130 zakotvením zásady *res iudicata*, v zmysle ktorej o veci, o ktorej predtým rozhodol samoregulačný orgán, ktorý je zapísaný v evidencii, už regulátor následne nerozhoduje. Ide o podstatu koregulácie, kedy má rozhodovať o veci výlučne regulátorom zapísaný samoregulačný orgán, čím má byť dosiahnutá efektívnosť dohľadu nad povinnosťami vyplývajúcimi zo zákona č. 264/2022 Z. z., ktoré sú premietnuté do jednotlivých samoregulačných kódexov. Zároveň však zákon č. 264/2022 Z. z. ustanovuje konkrétne prípady, kedy nastupuje dohľad regulátora. Takýmto prípadom je aj rozhodnutie samoregulačného orgánu v celkom zjavnom rozpore s kódexom alebo zákonom č. 264/2022 Z. z., kedy Rada môže začať správne konanie.

Zákon č. 264/2022 Z. z. neustanovuje, kedy je rozhodnutie považuje za v celkom zjavnom rozpore. Z povahy veci by nemalo ísť o také rozhodnutia, pri ktorých sú problematické napríklad iba niektoré konštatovania uvedené v odôvodnení rozhodnutia, pokiaľ je rozhodnutie vecne správne a nevykladá právnu normu v rozpore s ustálenou rozhodovacou praxou samoregulačného orgánu alebo regulátora alebo judikatúrou súdov. Pokiaľ je však záver samoregulačného orgánu v rozpore so záverom, ku ktorému by dospel regulátor na základe svojej predchádzajúcej rozhodovacej praxe alebo judikatúry súdov, je možné tvrdiť, že je rozhodnutie v celkom zjavnom rozpore so zákonom, pretože samoregulačný orgán dospel pri posúdení toho istého skutkového stavu k diametrálne odlišnému záveru.

Uvádzame tiež, že samotné začatie správneho konania ešte neznamená, že Rada skonštatuje porušenie zákona č. 264/2022 Z. z. Účelom vedenia správneho konania je práve preskúmať existujúci skutkový stav a subsumovať ho pod existujúcu právnu normu. Akceptovaním názoru Rady pre reklamu týkajúceho sa možnosti regulátora podľa § 130 ods. 1 zákona č. 264/2022 Z. z. by došlo k neprimeranému obmedzeniu možnosti regulátora preskúmať rozhodnutie samoregulačného orgánu a následne rozhodnúť o prípadnom porušení zákona subjektom, na ktorý sa samoregulačný mechanizmus vzťahuje. Aj podľa dôvodovej správy sa má týmto postupom zabezpečiť, že dodržiavanie podmienok upravených týmto zákonom a samoregulačným mechanizmom bude účelne vymožený. Skutočnosť, že jednotlivé rozhodnutie je v celkom zjavnom rozpore so zákonom č. 264/2022 Z. z. alebo kódexom, ešte neznamená, že je samoregulačný mechanizmus neúčinný.

Vzhľadom na vyššie uvedené sme toho názoru, že účastní konania porušil povinnosť ustanovenú v § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z. tým, že na programovej službe Jednotka dňa 30. 7. 2025 o 19:49 hod. odvysielal reklamný oznam ALOve, verzia Zásnuby, na programovej službe

Jednotka dňa 31. 8. 2025 o 19:50 hod. a 19:54 hod., dňa 4. 10. 2025 o 19:50 hod. a dňa 15. 10. 2025 o 20:25 hod. odvysielal reklamný oznam ALOve, verzia Narodeniny, v ktorých došlo k porušeniu povinnosti zabezpečiť, aby bol reklamný oznam slušný.

* * *

Zavinenie je teóriou trestného práva definované ako vnútorný psychický vzťah páchatela k porušeniu alebo ohrozeniu záujmu chráneného právnou normou. Z povahy veci teda vyplýva, že otázku zavinenia možno skúmať len pokiaľ ide o fyzickú osobu, t. j. osobu s biologickou podstatou človeka. Zákon č. 264/2022 Z. z. na rozdiel od zákona č. 91/2016 Z. z. o trestnej zodpovednosti právnických osôb a o zmene a doplnení niektorých zákonov neumožňuje Rade pričítať právnickej osobe zavinenie fyzickej osoby, ktorá porušila právnú povinnosť uloženú právnickej osobe (napr. štatutárny orgán). Zo zákona č. 264/2022 Z. z. nemožno vyvodiť ani tzv. relatívnu objektívnu zodpovednosť. V uvedenom prípade by zákonodarca vymenoval dôvody, kedy sa právnická osoba zbaví administratívnej zodpovednosti za správny delikt. Napríklad právnická osoba preukáže tú skutočnosť, že vynaložila všetko úsilie, ktoré bolo možné od nej spravodlivo požadovať, aby porušeniu právnej povinnosti zabránila. Pri posudzovaní danej veci sa teda uplatňuje tzv. absolútna objektívna zodpovednosť. Fakticky ide o zodpovednosť za výsledok, pretože subjektívna stránka (zavinenie) nie je súčasťou skutkovej podstaty prejednávaneho správneho deliktu.

Podľa § 136 zákona č. 264/2022 Z. z.: „Sankciu vo forme upozornenia na porušenie zákona regulátor uloží povinnej osobe, ktorá konkrétnu povinnosť uloženú týmto zákonom porušila po prvýkrát alebo aj opakovane, ak od predchádzajúceho porušenia povinnosti uplynuli aspoň tri roky; ak povinnosť uložená týmto zákonom odkazuje na súbor povinností podľa osobitného predpisu, za opakované porušenie sa považuje opakované porušenie konkrétnej povinnosti zo súboru povinností podľa osobitného predpisu.“

Podľa § 140 ods. 1 až 3 zákona č. 264/2022 Z. z.:

„(1) Pokutu regulátor uloží, ak povinná osoba aj napriek upozorneniu na porušenie zákona opakovane porušila tú istú povinnosť. Za opakované porušenie povinnosti sa považuje také porušenie povinnosti, ktoré nastalo v lehote kratšej ako tri roky od predchádzajúceho porušenia tej istej povinnosti.

(2) Regulátor môže uložiť pokutu aj bez predchádzajúceho upozornenia

a) ak bola porušená povinnosť uložená v § 20 ods. 4 písm. c), § 23, § 61, § 62 ods. 1 písm. b) a § 74,

b) v prípade vysielania alebo poskytovania audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie bez autorizácie alebo

c) v prípade prevádzkovania retransmisie alebo poskytovania platformy na zdieľanie videí bez registrácie.

(3) Výšku pokuty regulátor určí podľa závažnosti veci, spôsobu, trvania a následkov porušenia povinnosti a s prihliadnutím na rozsah a dosah poskytovania obsahovej služby, získané bezdôvodné obohatenie a sankciu, ktorú už prípadne uložil samoregulačný orgán.“

Z ustanovení § 136 a § 140 ods. 1 až 3 zákona č. 264/2022 Z. z. vyplýva, že Rada pri opakovanom porušení povinnosti ustanovenej v § 82 ods. 1 písm. a) zákona č. 264/2022 Z. z., ktoré nastalo v lehote kratšej ako tri roky od predchádzajúceho porušenia tejto povinnosti, uloží pokutu. Ide o kogentné ustanovenie zákona, ktoré nepripúšťa voľnosť uváženia pri rozhodovaní o druhu sankcie za porušenie tejto povinnosti.

Účastník konania nebol v posledných troch rokoch sankcionovaný za porušenie uvedenej povinnosti. Z toho dôvodu navrhujeme v posudzovanom prípade uložiť úhrnnú sankciu - upozornenie na porušenie zákona.

* * *

ZÁVER:

Na základe uvedených skutočností Kancelária Rady pripravila vyššie uvedený návrh uznesenia.