

\* \* \*

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

**Arbitrážny nález****k sťažnosti zaevidovanej pod č. 09 (02-05)**

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: „Chystajú sa ich pokutovať“ (dňa 23.1.2025) v televíznom vysielaní TV Markíza, strana Protokolu – vysielateľ televíznej programovej služby spoločnosť MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. 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 27.1.2025 na vybavenie sťažnosť fyzickej osoby, okres Trebišov, voči odvysielaniu reportáže „Chystajú sa ich pokutovať“ (ďalej aj „Reportáž“) v rámci relácie Prvé Televízne noviny, širenej vo vysielaní TV Markíza dňa 23.1.2025.

2. Sťažovateľ uvádza nasledovné: „Chcel by som podať podnet na Televíziu Markíza, ktorá v relácii Prvé Televízne noviny, v reportáži „Chystajú sa ich pokutovať“ ukazovali papier, ktorý potvrdzoval tatranskú kolibu, ktorá predávala jedlá z medveďa hnedého a na papieri bola skrytá reklama názov reštaurácie, ktorá nebola skrytá. Prosím o dôkladne prešetrenie uvedenej reportáže, nakoľko sa jednoznačne jedná o skrytú reklamu“.

**II. Popis predmetu sťažnosti**

3. Reportáž „Chystajú sa ich pokutovať“ bola odvysielaná dňa 23.1.2025 ako súčasť relácie Prvé Televízne noviny v rámci televíznej programovej služby TV Markíza (ďalej aj „komunikát“), ktorú vysiela spoločnosť MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r. o., Bratislava (ďalej aj „šíriteľ“).

4. Z obsahového hľadiska ide o reportáž, ktorá prezentovala informácie o reštaurácii „Koliba Žerucha“ v Tatranskej Štrbe, ktorá na jedálnom lístku ponúkala jedlá z medveďa hnedého. V predmetnom prípade išlo o dosledovanie prípadu, ktorý bol medializovaný v novembri 2024, nakoľko pribudli nové informácie o tom, že za uvedené konanie by mala byť udelená sankcia tak poľovníkom z Pribyliny, ako aj reštaurácii. Slovenská inšpekcia životného prostredia vo veci

ukončila šetrenie so záverom, že došlo k porušeniu zákona, pričom redaktorka v rámci reportáže na kameru ukázala ich emailové vyjadrenie. Inšpekcia vo svojom stanovisku jednoznačne uviedla, že predaj a kúpa takéhoto mäsa je zakázané. Správne konanie tak bude začaté voči obom subjektom. Redaktorka dala priestor na vyjadrenie sa aj reštaurácii, pričom tá poskytla len písomné stanovisko. Priestor na vyjadrenie dostali aj poľovníci, tí sa však nevyjadrili.

5. Reportáži predchádzalo moderátorské ohlásenie v štúdiu:

Moderátorka: „Servírovať jedlá z medved'a v tatranskej reštaurácii nebolo v poriadku. Podľa informácií televízie Markíza inšpektori ukončili vyšetrovanie. Nasledovať bude správne konanie o konkrétnej výške pokuty pre poľovníkov aj reštauráciu.“

Zvukovú (slovnú) zložku komunikátu tvoria nasledujúce vyjadrenia zo záznamu:

V zábere informačná tabuľa s označením mesta Štrba Tatranská Štrba, v pozadí s tatranskou prírodou.

Redaktorka: „V novembri sme navštívili kolibu, kde ponúkali medvedí guláš aj nátierku z medvedích oškvarkov“.

Na obraze je jedálny lístok, na ktorom je vidieť nasledovný text: Denná ponuka, Smrekovička (pod tým malý nečitateľný text); Predjedlo; Domáca jemne pikantná nátierka z medvedích oškavariet s cesnakovou hriankou 8,90€; Medvedí guláš servírovaný s opekanou žemľovou knedľou plnenou brusnicami a borievkami 19,90€. Prestrih na skrytú kameru, ktorá zachytáva nohy pod stolom.

Čašník: „Je to medved'. Nie je to fejk. Je to klasický medved'. Ešte pred mesiacom behal a už dobehal“.

Prestrih na budovu drevenice a parkovisko.

Redaktorka: „Výnimku z takzvaného zákazu komerčných činností s chráneným živočíchom rezort Životného prostredia na predaj mäsa neudelil ani o ňu v tom čase nikto nežiadal“.

Prestrih na jedálny lístok a potom p.Kuffu.

Filip Kuffa, štátny tajomník MŽP (nom. SNS): „Bohužiaľ, dopustili sa istej administratívnej chyby, pretože ak chcete mäso z medved'a predávať, je to možné, nie je to zakázané, je to možné, ale musíte si vyžiadať z ministerstva súhlas.“

Prestrih na budovu Slovenskej inšpekcie životného prostredia, Ústredie, odkiaľ vychádza redaktorka.

Redaktorka: „Slovenská inšpekcia životného prostredia vyšetrovanie ukončila a to z jednoznačným výsledkom“.

Prestrih na list vyjadrenia, s týmto textom: adresa: Martina Töröková, Predmet RE: Mäso medved'a. Dobrý deň, SIŽP v tejto veci ukončila vyšetrovanie. Posielame vám stanovisko. Do titulku prosíme uviesť „Stanovisko SIŽP“. Ďakujeme. „Slovenská inšpekcia životného prostredia ukončila vyšetrovanie v prípade predaja mäsa z medved'a hnedého v reštauračnom zariadení v Tatranskej Štrbe. Kontrolou bolo zistené, že užívateľ poľovného revíru v obci Pribylina predal 60kg mäsa z medved'a hnedého reštaurácii „Koliba Žerucha“ v Tatranskej Štrbe. Následne toto mäso použila reštaurácia pri príprave jedál, ktoré boli súčasťou ich dennej ponuky, napríklad medvedieho guláša a nátierky z medvedích oškvarkov. Predaj a kúpa mäsa z tohto cicavca, sú zakázané príslušným nariadením Európskej únie. SIŽP začne správne konanie vo veci uloženia

pokuty, voči obom subjektom – užívateľovi poľovného revíru, ktorý mäso predal, aj reštaurácii, ktorá ho kúpila a následne ponúkala na konzumáciu. S pozdravom SIŽP.“

Redaktorka: „Čítame, že užívateľ poľovného revíru v obci Pribylina predal 60kg mäsa z medveďa hnedého reštaurácii v Tatranskej Štrbe. No a jasne sa tu konštatuje, že tu je predaj a kúpa z tohto cicavca sú zakázané, inšpekcia začne správne konanie vo veci uloženia pokuty, a to voči obom subjektom“.

Prestrih na pána Mariána Hletka, bývalého šéfa zásahového tímu, My sme les, ktorý hovorí: „Dalo sa očakávať, že Slovenská inšpekcia životného prostredia tu pristúpi ku konaniu uložení sankcie, pretože od začiatku bolo zrejmé, že ani poľovné združenie ani predmetná reštaurácia nemala všetky povolenia na obchodovanie s medvedím mäsom“.

Prestrih na budovu reštaurácie.

Redaktorka: „Reštaurácia sa so závermi inšpekcie nestotožňuje“.

Prestrih na zobrazenie vyjadrenia reštaurácie: „Využijeme všetky právne prostriedky, ktoré máme k dispozícii, aby sme preukázali, že závery nie sú správne.“ Janka Hurajtová, Koliba Žerucha.

Moderátorka: „Využijeme všetky právne prostriedky, ktoré máme k dispozícii, aby sme preukázali, že závery nie sú správne.“

Prestrih na redaktorku držiacu v rukách mobil:

Redaktorka: „Priestor na stanovisko chceme dať aj pribylinským poľovníkom.“

Ženský hlas z telefónu: „Viete čo, nemám tuná predsedu, skúste poobede, ak sa vám bude dať. Keď aj po druhej, po štrnástej.“

Redaktorka s telefónom v ruke: „Dobrý deň, je po štrnástej, tak volám.“

Ženský hlas z telefónu: „Dobrý deň. Nie je ešte, ešte nie je prítomný. Tak skúste za takú hodinku ešte.“

Redaktorka opäť volá: „Na tretí pokus už neberú ani na sekretariáte“.

Ozýva sa odkaz z telefónu: „Volaný účastník sa nehlási“.

Redaktorka: „Martina Töröková, televízia Markíza.“

### III. Pôsobnosť Protokolu

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

7. Protokol sa vzťahuje na komunikát, na ktorý sa vzťahuje Kódex, šírený v televíznom vysielaní. Obsah komunikátu sa šíri prostredníctvom televíznej programovej služby strany Protokolu. Prítom, 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.

8. Predmetný komunikát sa šíril prostredníctvom televízneho vysielania širiteľa na území Slovenskej republiky, preto je daná teritoriálna pôsobnosť Protokolu.

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

#### **IV. Východiská posudzovania reklamy**

10. 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).

11. 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.

12. 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.

13. 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.

14. Podľa § 3 ods. 1 reklamou, ktorej prítomnosť, vrátane jej obsahu alebo neprítomnosť v programoch (editoriálnych obsahoch) Komisia posudzuje je mediálna komerčná komunikácia, tak ako ju vymedzuje zákon o mediálnych službách, a teda 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 reklamnou programovou službou.

15. Reklamou, ktorej prítomnosť alebo neprítomnosť v programoch (editoriálnych obsahoch) Komisia posudzuje, je aj skrytá mediálna komerčná komunikácia (§ 3 ods. 3 Protokolu).

16. 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 viesť 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**

17. Mediálnou komerčnou komunikáciou je na účely Protokolu tak, ako ju vymedzuje zákon o mediálnych službách 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).

18. Podľa § 3 ods. 3 Protokolu skrytou mediálnou komerčnou komunikáciou sa na účely Protokolu rozumie „tak, ako ju vymedzuje zákon o mediálnych službách 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.“.

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

20. Šírenie skrytej mediálnej komerčnej komunikácie je úplne zakázané (§ 6 ods. 1 Protokolu), preto popri norme ustanovenej všeobecne záväzným právnym predpisom (§ 72 ods. 2 zákona č. 264/2022 Z. z.) môže obstať len jej nešírenie.

## **VI. Stanovisko širiteľa k predmetu sťažnosti**

21. Širiteľ bol dňa 27. 1. 2025 vyzvaný, aby sa k šíreniu komunikátu, ktorý je predmetom sťažnosti vyjadril v lehote piatich pracovných dní, t. j. do 3.2.2025.

22. Širiteľ poskytol prostredníctvom svojho právneho zástupcu Komisii vyjadrenie dňa 3.2.2025. Vo vzťahu k označeniu reportáže ako mediálnej komerčnej komunikácie širiteľ uvádza o.i. nasledovné: „Program Televízne noviny je spravodajským programom Širiteľa, v rámci ktorého prináša aktuálne informácie o dianí v Slovenskej republike a vo svete. Predmetom jednotlivých reportáží sú otázky verejného záujmu, ktorých sprostredkovanie verejnosti je povinnosťou Širiteľa ako relevantného mienkotvorného média. Pri tejto činnosti redaktori Širiteľa plne využívajú slobodu prejavu garantovanú Ústavou Slovenskej republiky, Listinou základných práv a slobôd a medzinárodnými zmluvami o ľudských právach, ktorými je Slovenská republika viazaná, zároveň tým umožňujú divákovi realizovať svoje ústavné právo na informácie. Redaktori Širiteľa pri svojej činnosti upozorňujú na javy a skutočnosti, ktoré sú predmetom verejného záujmu, a pri ktorých je zvýšený dopyt po informáciách zo strany verejnosti. V predmetnej Reportáži išlo o dosledovanie už skôr medializovaného prípadu, kedy sa na jedálnom lístku jednej reštaurácie objavili jedlá z medveda hnedého. Medved' je z medzinárodného pohľadu vzácny a vyhynutím ohrozený živočích. Z uvedeného dôvodu je v európskej legislatíve zaradený medzi prísne chránené druhy. V Slovenskej republike je medved' zaradený medzi chránené druhy živočíchov so stanovenou vysokou spoločenskou hodnotou, a to v zmysle zákona č. 543/2002 Z. z. o ochrane prírody a krajiny v znení neskorších predpisov. Z uvedeného dôvodu je zakázané ho chytať, zraňovať alebo usmrtiť. Média teda nielen, že mali právo informácie o danej kauze verejnosti sprostredkovať, v zmysle príslušnej judikatúry Európskeho súdu pre ľudské práva (ďalej len „ESĽP“) boli povinné tak urobiť. Reportáž prinášala nové informácie, keďže došlo k rozhodnutiu Slovenskej inšpekcie životného prostredia začať vo veci správne konanie. Zo samotného obsahu Reportáže je zrejmé, že nenapĺňa zákonnú definíciu mediálnej komerčnej komunikácie. Reštaurácia „Koliba Žerucha“ nebola v Reportáži žiadnym spôsobom propagovaná alebo odporúčaná a žiadne informácie obsiahnuté v Reportáži nesmerujú k marketingovej prezentácii tejto reštaurácie. Širiteľ zároveň za spracovanie Reportáže a jej odvysielanie neobdržal žiadnu odplatu alebo inú protihodnotu. Informácie

uvedené v Reportáži by nemali danú relevanciu, ak by nebol spomenutý názov reštaurácie, keďže išlo o štandardné dosledovanie „kauzy“ zo strany redaktorov Šíriteľa a pre celú reportáž bol podstatný aj kontext. Nikde v Reportáži sa neuvádza informácia, ktorá by danej reštaurácii robila reklamu a vyzývala ľudí na jej návštevu. V rámci Reportáže bol nechaný priestor na vyjadrenie aj zástupkyňi reštaurácie z dôvodu, aby bola zachovaná vyváženosť, a aby každá z dotknutých strán dostala adekvátny priestor na reakciu k uvedeným skutočnostiam. Vzhľadom na to, že je zrejmé, že voči reštaurácii bude začaté správne konanie za možné porušenie právnych predpisov, nie je zrejmé ako by uvedený kontext mohol mať propagačný charakter“.

23. Šíriteľ sa vysporiadal v rámci argumentácie aj s otázkou slobody prejavu a verejného záujmu, v kontexte ktorej uvádza: „Ako je uvedené vyššie, v reštaurácii podávali jedlá z chráneného živočícha, čo nie je bežné. Ochrana zvierat je jednoznačne vo verejnom záujme. Dosledovanie tohto prípadu má celospoločenský význam, aby sa verejnosť dozvedela ako štátne orgány postupujú v takýchto prípadoch. Vecou verejnou je nielen všetka agenda štátnych orgánov a štátnych inštitúcií, ale aj osôb pôsobiacich vo verejnom živote, napríklad činnosť politikov, úradníkov, sudcov, advokátov alebo čakateľov na tieto funkcie; vecou verejnou je aj umenie vrátane novinárskych aktivít a showbiznisu a ďalej všetko, čo na seba upútava verejnú pozornosť. Tieto verejné záležitosti môžu a majú byť verejne posudzované (nález Ústavného súdu SR č. k. IV. ÚS 302/2010-48). Vecou verejnou je napríklad aj umenie vrátane novinárskych aktivít a showbiznisu a ďalej všetko, čo na seba upútava verejnú pozornosť (Jersild proti Dánsku, 1994, nález Ústavného súdu SR sp. zn. IV. ÚS 107/2010). Podľa judikatúry ESĽP, slovenských a českých súdov základnou úlohou, resp. poslaním tlače v demokratickej spoločnosti je rozširovanie informácií a myšlienok o veciach verejného záujmu, ktoré je spojené s právom verejnosti takéto informácie a myšlienky prijímať. Ak by tomu tak nebolo, tlač by nemohla hrať svoju nepostrádateľnú úlohu „strážneho psa demokracie“ (Thorgeir Thorgeirson proti Islandu, 1992 a Bladet Tromsø a Stensaas proti Nórsku, 1999). Média často disponujú informáciami, ktoré je potrebné zverejniť vo verejnom záujme, a to v čo najkratšom čase. Správy sú pominuteľným produktom a zdržiavať ich zverejnenie, dokonca aj na krátky čas môže výrazne znížiť ich hodnotu a zaujímavosť (The Sunday Times v. Spojené kráľovstvo, 1979). Sloboda tlače síce môže podliehať výnimkám, ale tieto je potrebné interpretovať reštriktívne a potreba obmedziť slobodu slova musí byť preukázaná presvedčivým spôsobom (Observer a Guardian proti Spojenému kráľovstvu, 1991). Ak ide o vec verejného záujmu, široko rozoberanú v médiách musí byť postup veľmi opatrný, nakoľko sankcie uložené vnútroštátnym orgánom môžu svojou povahou odradiť tlač od účasti na diskusii o problémoch legitímneho verejného záujmu. Hoci tlač nesmie prekročiť mantinely stanovené okrem iného v záujme „ochrany povesti a práv iných“, jej povinnosťou je rozširovať informácie a myšlienky vo veciach verejného záujmu. Nielenže má tlač za úlohu rozširovať takéto informácie a myšlienky, ale aj verejnosť má právo prijímať ich. Ak by tomu nebolo tak, tlač by nemohla mať dôležitú úlohu „strážneho psa verejnosti“ (Jersild proti Dánsku, 1994). Je nepochybné, že Reportáž sa týkala veci absolútneho verejného záujmu so značným dopadom na ochranu prírody a krajiny. Šíriteľ bol povinný tieto informácie sprostredkovať verejnosti, ktorá mala plné právo tieto informácie obdržať. Šíriteľ tak Reportážou nesledoval akýkoľvek propagačný alebo komerčný cieľ, ale výlučne len uplatnenie práva verejnosti na informácie, ktoré je realizované prostredníctvom médií. Jeho úloha v informovaní verejnosti o témach mimoriadneho verejného záujmu je v tomto ohľade nezastupiteľná a za výkon svojho poslania v demokratickej spoločnosti nemôže byť sankcionovaný“.

24. Na základe vyššie uvedeného zastáva Šíriteľ názor, že uvedením názvu reštaurácie „Koliba Žerucha“ v Reportáži v kontexte v nej uvedených informácií neporušil akékoľvek zákonné obmedzenia týkajúce sa vysielania reklamy. Názov reštaurácie nebol použitý svojvoľne a bez

jeho uvedenia by Reportáž pre divákov stratila akýkoľvek význam. Najmä v kontexte toho, že táto Reportáž nadväzovala na predchádzajúce reportáže, ktoré informovali o jedlách z medveďa hnedého na jedálnom lístku danej reštaurácie. Kontext a informácie v Reportáži žiadnym spôsobom reštauráciu nepropagovali ani neodporúčali. Účelom Reportáže bolo výlučne priniesť aktuálne informácie o vývoji kauzy, ktorá bola celé mesiace ostro sledovaná médiami a odbornou aj laickou verejnosťou z dôvodu jej mimoriadneho vplyvu na otázky verejného záujmu. Na základe vyššie uvedeného má Šíriteľ za to, že Reportáž zákon o mediálnych službách, zákon o reklame, ani Etický kódex spolu s Opčným protokolom žiadnym spôsobom neporušuje, a teda sťažnosť je neopodstatnená.

### VII. Predbežné posúdenie

25. Predbežné posúdenie sa uskutočnilo dňa 20.2.2025 trojčlenným senátom v súlade s § 24 Protokolu.

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

27. Záver predbežného posúdenia bol dňa 27.2.2025 oznámený šíriteľovi, ktorý v lehote na námietky vyjadril so závermi posúdenia súhlas.

### VIII. Názor Komisie

28. Možno súhlasiť so zistením sťažovateľa, že v posudzovanom komunikáte sa v jeho obrazovej zložke vyskytol záber na emailovú komunikáciu, ktorá obsahovala názov konkrétnej reštaurácie. Nemožno však súhlasiť s tvrdením sťažovateľa, že v predmetnom prípade ide o reklamu, resp. mediálnu komerčnú komunikáciu.

29. Predmetný komunikát v podobe reportáže prezentoval informácie o reštaurácii „Koliba Žerucha“ v Tatranskej Štrbe, ktorá na jedálnom lístku ponúkala jedlá z medveďa hnedého, pričom v danom prípade išlo o dosledovanie prípadu, ktorý bol medializovaný v novembri 2024, nakoľko pribudli nové informácie o tom, že za uvedené konanie by mala byť udelená sankcia tak poľovníkom z Pribyliny, ako aj reštaurácii. Slovenská inšpekcia životného prostredia vo veci ukončila šetrenie so záverom, že došlo k porušeniu zákona, pričom redaktorka v rámci reportáže na kameru ukázala ich emailové vyjadrenie. Inšpekcia vo svojom stanovisku jednoznačne uviedla, že predaj a kúpa takéhoto mäsa sú zakázané. Správne konanie tak bude začaté voči oboj subjektom. Redaktorka dala priestor na vyjadrenie sa aj reštaurácii, pričom tá poskytla len písomné stanovisko. Priestor na vyjadrenie dostali aj poľovníci, tí sa však nevyjadrili. Uvedenie informácií o konkrétnej reštaurácii a oslovenie dotknutých strán bolo z hľadiska správnej interpretácie obsahu, ako aj celkového komunikačného posolstva reportáže opodstatnené a nebolo samoúčelné. Naopak, ak by v predmetnom prípade šíriteľ v rámci reportáže napr. neuviedol skutočnosť, že medvedie mäso bolo podávané vo vybranej kolibe a nedal by ani priestor na vyjadrenie sa jednotlivých dotknutých strán nemala by reportáž pre divákov dostatočnú výpovednú hodnotu.

30. Samotný názov koliby bol prítomný len v obraze ako súčasť záberu na emailové vyjadrenie Slovenskej inšpekcie životného prostredia a v titulku pod menom osoby, ktorá sa za reštauráciu k prípadu vyjadrila. V rámci reportáže však neodznali informácie, ktoré by mohli mať vo vzťahu k danej reštaurácii propagačný charakter. Aby také zobrazenie, o aké ide v posudzovanom prípade, pôsobilo propagačne, musel by ho šíriteľ využiť na propagačné účely zámerne, t. j. spojiť ho napríklad s prezentáciou ponuky reštaurácie v kontexte pozitívnych hodnotení alebo pozitívnymi odporúčaniami, či výzvou na návštevu daného reštauračného zariadenia. V reportáži však neodznali žiadne informácie, ktoré by mohli mať vo vzťahu k predmetnému

reštauračnému zariadeniu propagačný charakter a Senát je toho názoru, že reportáž nie je spôsobilá žiadnym spôsobom ovplyvniť správanie spotrebiteľa tak, aby bol napr. zvýšený záujem o služby daného reštauračného zariadenia.

31. Senát v súlade s ustálenou judikatúrou regulátora zohľadnil pri posudzovaní aj skutočnosť, že vysielateľ za spracovanie a odvysielanie reportáže nedostal od žiadnej tretej strany odplatu, ani inú protihodnotu. Uvedená skutočnosť má podstatný vplyv na naplnenie zákonných znakov skrytej mediálnej komerčnej komunikácie, pričom v predmetnom prípade, keďže odvysielanie predmetnej reportáže nebolo uskutočnené za odplatu alebo inú protihodnotu a posudzovaný komunikát zároveň neobsahoval vizuálne ani zvukové zmienky o reštauračnom zariadení v intenzite alebo spôsobom, ktorý by opodstatňoval iný záver senátu, nemožno posudzovaný prípad označiť za skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu.

32. Senát sa taktiež nedomnieva, že by predmetný komunikát mohol viesť priemerného spotrebiteľa do omylu, a to ani vo vzťahu k obsahovému a žánrovému zameraniu relácie samotnej. Naopak, z reportáže je zrejmé jej obsahové zameranie ako aj podstata a význam odvysielaných informácií. Zo spôsobu, akým bol komunikát spracovaný nič nenaznačuje, že predmetný komunikát by mohol mať propagačný charakter či účel.

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

#### **IX. Záver posúdenia predmetu sťažnosti**

34. Na základe vyššie uvedeného Senát na svojom zasadnutí dňa 20. 2. 2025 v súlade s § 131 ods. 1 Zákona rozhodol, že odvysielaním reportáže: „Chystajú sa ich pokutovať“ (dňa 23.1.2025) v televíznom vysielaní TV Markíza, strana Protokolu – vysielateľ televíznej programovej služby spoločnosť MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. 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 5.3.2025

Mária Tóthová Šimčáková v.r.  
predsedníčka Komisie

\* \* \*