

* * *

Rada pre reklamu, Šustekova 51, 851 04 Bratislava

Arbitrážny nález**k sťažnosti zaevidovanej pod č. 67 (07-04)**

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 rozhovoru: „Pokuta 1 500 Eur za odmietnutie opakovanej STK“ v rámci online audiovizuálneho formátu, programovej služby TN Live, 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 na vybavenie dňa 1. 7. 2026 sťažnosť právnickej osoby, ktorou je Spoločenstvo majiteľov a technikov STK, PEK, PKO (SMaT), so sídlom Bratislavská 2207/73, 903 01 Senec, IČO: 53 919 832 voči odvysielaniu rozhovoru „Pokuta 1 500 Eur za odmietnutie opakovanej STK“ v rámci programu TN Live štúdio.

2. Sťažovateľ v súvislosti s porušením pravidiel týkajúcich sa mediálnej komerčnej komunikácie o.i. uvádza „Dňa 4. júna 2026 odvysielala spoločnosť MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. s r.o., IČO: 31 444 873, Bratislavská 1/A, 843 56 Bratislava (ďalej len „vysielateľ“), v rámci programu TN Live štúdio rozhovor moderátora Milana Špaka s osobou prezentovanou ako „odborník na kontrolu vozidiel“ - Ing. Jurajom Hudecom - pod názvom „Prešli ste STK a myslíte si, že máte pokoj? Môže vás čakať nepríjemné prekvapenie“. Záznam programu je verejne dostupný na: <https://tnlive.sk/video/8421-tn-live-studio/343588-juraj-hudec-pokuta-1500-eur-za-odmietnutie-opakovanej-stk>. Po celý čas trvania rozhovoru bola v pozadí štúdia na pravom projekčnom plátne zobrazená fotografia budovy STK stanice s dobre čitateľným logom spoločnosti TÜV SÜD Slovakia s.r.o., so sídlom: Jašíkova 6, 821 03 Bratislava, IČO: 35 852 216 (ďalej aj ako „TÜV SÜD Slovakia s.r.o.“) - charakteristickým kruhovým grafickým prvkom a nápisom „STK“ na fasáde objektu. Táto skutočnosť je preukázaná screenshotom záznamu programu, ktorý tvorí prílohu č. 5 tohto podnetu. TÜV SÜD Slovakia s.r.o. je komerčná súkromná spoločnosť prevádzkujúca vlastnú sieť STK staníc na území SR a poskytujúca komerčné služby v oblasti technickej kontroly vozidiel. Logo a vizuálna identita tejto spoločnosti boli počas celého programu zobrazené v obraze bez akéhokoľvek označenia sponzorského alebo komerčného

charakteru tohto zobrazenia. Podľa § 96 ods. 1 písm. b) ZMS sa umiestňovanie produktov zakazuje v programe, ktorý je programom aktuálnej publicistiky. Podľa § 95 ZMS je umiestňovanie produktov zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke zaradená do programu za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu. Počas celého trvania predmetného programu aktuálnej publicistiky bolo v obraze viditeľné logo a vizuálna identita komerčnej spoločnosti TÜV SÜD Slovakia s.r.o. (bod 1.6 tohto podnetu). Skutočnosť, či zobrazenie tejto obchodnej značky prebehlo za odplatu alebo inú protihodnotu v zmysle § 95 ZMS, je predmetom výkonu dohľadu regulátora. V prípade preukázania akejkol'vek odplaty alebo protihodnoty za zobrazenie značky pôjde o porušenie § 96 ods. 1 písm. b) ZMS. Subsidiárne, nezávisle od existencie odplaty: zobrazenie loga komerčného subjektu v programe bez akéhokoľvek označenia jeho komerčného alebo sponzorského charakteru napĺňa znaky skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa § 72 ZMS, nakoľko vysielateľ informáciu o ochrannej známke komerčného subjektu v rámci programu využíval spôsobom, ktorý mohol uviesť verejnosť do omylu o podstate tejto informácie.“

II. Popis predmetu sťažnosti

3. Komunikát bol odvysielaný v rámci TN Live štúdia - online audiovizuálneho formátu pozostávajúceho zo štúdiových rozhovorov moderátora s pozvanými hosťami k aktuálnym témam. Obsahom namietaného komunikátu bol moderovaný rozhovor moderátora s hosťom, Ing. Jurajom Hudecom, PhD. vedúcim inšpekčného útvaru TESTEK, k téme opakovanej technickej kontroly a pripravovaného legislatívneho sprísnenia sankcií pre vodičov, ktorí by sa takejto opakovanej kontrole odmietli podrobiť.

4. Rozhovor sa odohrával v štúdiu. Okrem záberov na host'a a moderátora boli súčasťou obrazu viaceré ilustračné zábery: záber na budovu prevádzky STK spolu s logom STK SÜD – prítomný na obrazovke v pozadí rozhovoru; záber na automobil; ilustračné zábery z výkonu technickej kontroly – kontrola vozidla, preverovanie stavu vozidla technikmi.

5. Rozhovor priamo zo štúdia prebiehal v nasledovnom znení:

Moderátor: „Technická kontrola vozidla je pre väčšinu vodičov rutinnou záležitosťou. Len málokto však vie, že aj po úspešnom absolvovaní STK-čky môže byť jeho auto vybrané Na tzv. opakovanú kontrolu, ktorou štát preveruje kvalitu práce samotnej stanice technickej kontroly. Práve tento systém je teraz predmetom diskusie. Ministerstvo dopravy totiž navrhuje výrazne sprísniť sankcie pre vodičov, ktorí by takúto opakovanú kontrolu odmietli. Pokuta by mohla stúpnuť zo súčasných 198 eur až na, 1500 a zároveň by sa, zrušila platnosť práve vykonanej technickej kontroly. No a viac o tom sa porozprávam s odborníkom na, kontrolu vozidiel Jurajom Hudecom. Vitajte u nás. Dobrý deň.“

Host': „Dobrý deň.“

Moderátor: „Tak vozidlo prejde emisnou a technickou kontrolou. Teším sa, že mám hotovo, ale hneď potom môže prísť tzv. opakovaná kontrola. Čo to vlastne je, vysvetlite nám, pretože možno niektorí vodiči sa naozaj s niečím takým ešte nestretli.“

Host': „Jedná sa o preverenie postupu technika, ktorý hodnotil to vozidlo pri tej tzv. prvotnej technickej kontrole, kedy kontrolóri, alebo teda naši inšpektori prídu na stanicu technickej kontroly, otočia to vozidlo, vykonajú takzvanú reinšpekciu alebo ľudovo povedané otočku a pod dohľadom kontrolórov skontrolujú opakovane ten technický stav toho vozidla, kde sa vlastne zisťujú alebo kontroluje sa tá činnosť toho technika, že či správne vyhodnotil to vozidlo a jeho technický stav.“

Moderátor: „Takúto kontrolu môže vodič odmietnuť. Je tam tá sankcia, ktorá sa bude zvyšovať. Ale čo ešte potom ďalej nasleduje?“

Host': „Takto dodržiavanie právnych predpisov nie je voľba. To je vlastne zákonom daná povinnosť a tej vodič vlastne nemá ako keby právo odmietnuť. Ale pokiaľ takéto niečo urobí, že odmietne túto opakovanú technickú kontrolu pod dohľadom vlastne kontrolórov, tak nastupuje sankcia. Momentálne je to 198 eur za odmietnutie a s tým, že potom príslušný správny orgán mu nariadi vykonanie tejto technickej kontroly takzvané mimo lehôt.“

Moderátor: „No a tá pokuta, ako som spomínal, sa zvýši zo 198 eur na 1 500, čo je už celkom drastické zvýšenie. Čiže ako sa na to pozeráte?“

Host': „No, to má také dva pohľady, čo sa týka, tej výšky pokuty. Z nášho pohľadu sa jedná o primeranú výšku pokuty a to vzhľadom na nebezpečnosť takéhoto chovania, pretože ak sa toto deje a v praxi sa to deje... že vodič vozidla odmietne vykonanie tejto nariadenej technickej kontroly a častokrát sa to tak stáva, kvôli tomu, lebo mu dá k tomu pokyn samotný technik, aby to odmietol. Tak tá nebezpečnosť toho konania spočíva v tom, že potom to vozidlo, ktoré nie je podrobené našej kontrole, pod našim, dohľadom, tak sa bežne vyskytuje v cestnej premávke s týmito vážnymi alebo nebezpečnými chybami, ktoré môžu ohrozovať zdravie a životy ľudí. Čo sa týka tej primeranosti, ono to v praxi funguje asi tak, že pokuty pre technikov za nezistenie vážnych a nebezpečných chýb na tých vozidlách sú ďaleko vyššie ako táto poriadková pokuta. To znamená, pokiaľ sa odmietne podrobiť vodič tejto opakovanej technickej kontrole nariadenej, tak síce dostane 198 euróv pokutu, ak to zaplatí do dvoch týždňov, tak je to 132 euróv len pokuta, ale technik tým ušetrí veľké stovky, respektíve až tisíce eur, ktoré by musel zaplatiť vtedy, keby sme my to našou kontrolou zistili, že nejaké tie vážne alebo nebezpečné chyby nezistil na tom vozidle. To znamená, to nebezpečnosť toho konania je tam za prvé a za druhé, čo sa môže stať teda, keď to vozidlo je v cestnej premávke s týmito chybami. A za druhé, má to taký dostatočný, by som povedal, motivačný charakter, aby aj toho vodiča a hlavne toho technika od toho odradzoval od tohto konania, a to nepristaviť to vozidlo na túto nariadenú technickú kontrolu.“

Moderátor: „Čiže zvýšenie pokút vnímate ako cestu predísť obchádzaniu systému?“

Host': „Presne tak. A je to z nášho pohľadu ako veľmi účinný systém, od ktorého očakávame to, že takéto prípady sa stávať potom nebudú.“

Moderátor: „Ako často sa vôbec stáva, že vozidlo je vybrané na opakovanú kontrolu?“

Host': „No, za minulý rok sme spravili 81 tých tzv. otočiek. Celkovo asi za našu nejakú históriu, tej našej činnosti, to znamená, za nejakých tých 8 rokov, ktoré vykonávame ten odborný dozor, sú to stovky vykonaných odborných dozorov. Ale keď sa na to pozrieme z pohľadu pomeru k celkovému počtu vykonaných technických kontrol, na Slovensku sa ročne vykoná 1 200 000 technických kontrol. Z toho, našou reinšpekciou, sa spraví z toho nejakých 80 týchto kontrol. A tých odmietnutí je tam asi 16 % z nich.“

Moderátor: „A to číslo sa postupne zvyšuje, čo sa týka opakovaných kontrol?“

Host': „Áno. Áno jednoznačne.“

Moderátor: „A ako to funguje v podstate praxi, že kto udáva, že koľko kontrol máte urobiť za mesiac alebo za rok?“

Host': „Nám schvaľuje plán kontrolnej činnosti Ministerstvo dopravy. My dáme návrh toho plánu. Ten návrh si vlastne urobíme sami, na základe našich nejakých personálnych kapacít. V podstate

dáme to, na odsúhlasenie Ministerstvu dopravy a Ministerstvo dopravy nám na to dá nejaké súhlasné stanovisko.“

Moderátor: „A na aké auta sa zameriavate pri otočkách?“

Host: „Zameriavame sa na vozidla vo všeobecnosti alebo z pravidla to bývajú na staršie vozidla, na vozidlá s vysokým nájazdom kilometrov a na vozidlá, ktoré už v minulosti mali nejaký problém na technických kontrolách prejsť lebo to vidíme v našom informačnom systéme, tak vlastne na takéto vozidlá... sa zameriavame, kde je vysoký predpoklad a veľmi oprávnený a opodstatnený z našej kontrolnej činnosti, že na týchto vozidlách sa vyskytujú závažné, nebezpečné chyby.“

Moderátor: „Takáto opakovaná kontrola je totožná s tou, ktorá sa udiala predtým?“

Host: „Áno, jedná sa vlastne o presne takú istú technickú kontrolu. To znamená, že čo ten vodič absolvuje pri tej prvotnej technickej kontrole, tak to teraz v rámci tej reinšpekcie alebo tej opakovanej takzvanej technickej kontrole nariadenej vykonávame my a naši inšpektori, takže áno jedná sa o riadnu, pravidelnú technickú kontrolu. Nič nad rámec, je to obyčajná technická kontrola.“

Moderátor: „A kto ju platí?“

Host: „Platí ju tá STK, na ktorej sa to vozidlo otáča.“

Moderátor: „Stretli ste sa určite s mnohými prípadmi, keď vodiči odmietnu opakovanú kontrolu. Je toho veľa?“

Host: „Je to... Asi za minulý rok sa to stalo v 12 prípadoch. To znamená, keď sa to dá do pomeru s celkovým počtom vykonaných, tých takzvaných otočiek, tak sa to jedná o 16% zo všetkých tých kontrol, ktoré my vykonávame touto formou. Ale za každým sa jednalo, drvivou väčšinou sa jednalo o špekulatívne vykonávanie alebo špekulatívne odmietnutie, kedy vlastne technik dá znamenie tomu vodičovi, napríklad pokrútením hlavy, aby to nerobil. A ten vodič s tým vozidlom odchádza. A odoprie nám vlastne túto súčinnosť.“

Moderátor: „Prípadne ešte, aké dôvody uvádzajú vodiči, aby nemuseli podstúpiť túto kontrolu?“

Host: „Vodiči väčšinou, vodiči väčšinou argumentujú v podstate, buď neudajú žiaden dôvod a pokiaľ ho udajú tak sa vyhovárajú na čas. Časové zaťaženie.“

Moderátor: „A aký je v súčasnosti postih pre toho technika? Tiež ste vraveli, že sa nevyhne pokute. Ak by náhodou do toho nešiel, tak aké tam sú sumy?“

Host: „No, pokiaľ nám niekto poskytne to vozidlo na tú nariadenú technickú kontrolu, na tú otočku a my na tom vozidle zistíme, že ten technik nezistil nejakú vážnu alebo nebezpečnú chybu, tak potom platí pokuty ten technik. A platí ju asi tak, že pokiaľ zistíme, čo i len jednu vážnu tzv. chybu, tak je tam sankcia 210 eur. Ak nezistí nebezpečnú chybu, tak platí pokutu 300 eur. Ale z pravidla platí asi to že, a takisto platí aj to, že sa tie pokuty kumulujú. To znamená, koľko pokút ten technik nezistí, tak krát toľko platí pokutu. To znamená, preto hovorím, že im sa to veľmi opláca odmietnuť tieto technické kontroly a túto otočku, pretože keď zaplatí len takéto malé množstvo peňazí za to odmietnutie... tak je to v nepomere k tomu, koľko by sme mohli zistiť tých porušení toho technika za to, keby sme to vozidlo fyzicky videli a keby sme ho mohli my skontrolovať.“

Moderátor: „Akými inými spôsobmi kontrolujete priebeh a správnosť emisných a technických kontrol?“

Host': „No, máme také tri, zaužívané metódy. Čo sa týka tohto týchto reinšpekcií, tak to je taká najefektívnejšia metóda vykonávania odborného dozoru, pretože vidíme to vozidlo fyzicky, môžeme si ho, takpovediac prehmatat' a vidieť ten naozajstný reálny stav. To považujeme za taký najefektívnejší spôsob. Potom tu máme tzv. analýzu videa a analýzu údajov z valcových skúšobní brzd. To znamená, každá stanica technickej kontroly je povinne vybavená kamerovým systémom. A takisto do systému informačného sa nám prenášajú údaje o kontrolách a meraní brzd. Takže toto máme k dispozícii. Tak kontrolujeme, robíme video tzv. analýzu a analýzu údajov z brzd. Toto je druhý spôsob. A tretí spôsob... ktorý takisto využívame pri našej činnosti je tzv. mystery shopping, kedy, na stanicu technickej kontroly pristavíme naše vozidlo, s prednastavenými alebo predchystanými chybami, o ktorých vieme a kontrolujeme a sledujeme, ako ten technik tieto chyby zistí a či ich zistil, koľko ich zistil alebo ich nezistil.“

Moderátor: „Ked' sme hovorili o zvýšení pokút, tak odkedy by to malo začať platiť?“

Host': „Myslím, že v tej novele je od 1. januára 2027.“

Moderátor: „A máme tam aj nejaké ďalšie zmeny, o ktorých by ste chceli povedať?“

Host': „Áno, tento zákon vlastne je tam viacero zmien a jedna z takých tých najpodstatnejších zmien, ktorá sa nás asi tak týka, ako technických, služieb, ktorých zabezpečujeme vlastne servis a činnosť pre stanice technickej kontroly, tak toto, táto kompetencia, technických služieb by mala prejsť pod štát od roku 2033. A čo je na tom najviac také zarážajúce z nášho pohľadu, že v čase konsolidácie táto zmena si vyžiada zo štátneho rozpočtu a z peňazí daňových poplatníkov, stovky miliónov eur, pretože štát bude musieť vybudovať kapacity pre zabezpečovanie vlastne činnosti technických služieb, a teraz vlastne tento systém, ktorý je teraz aktuálny, že sme my ako štátom poverená technická služba, tak štát, nestojí ani cent.“

Moderátor: „Výborne, ďakujem veľmi pekne za váš čas, že ste prišli do Záhorskej Bystrice, do TN Live. Juraj Hudec bol mojím hosťom, prajem ešte pekný deň.“

Host': „Ďakujem krásne za pozvanie.“

6. Počas celého trvania rozhovoru je v spodnej časti obrazu uvedený text v znení: „Pokuta 1 500 eur za odmietnutie opakovanej STK“

III. Pôsobnosť Protokolu

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

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

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

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

IV. Východiská posudzovania reklamy

11. Protokol v súlade s jeho účelom nadväzuje predovšetkým na čl. 25 Kódexu (odsek 3 preambuly Protokolu), ktorého podstatou je zabrániť šíreniu reklamy, pokiaľ je potenciálne v rozpore so zákonom. Protokol preto vychádza zo zákonných ustanovení právneho poriadku Slovenskej republiky regulujúcich mediálnu komerčnú komunikáciu v televíznom vysielaní, rozhlasovom vysielaní a v audiovizuálnych mediálnych službách na požiadanie (odsek 6 preambuly Protokolu).

12. V nadväznosti na to aj Komisia priamo či prostredníctvom svojho senátu posudzuje šírenie reklamy v rámci etických pravidiel Protokolu recipujúcich zákonné ustanovenia regulujúce šírenie reklamy tak, že pri posudzovaní súladu s pravidlami Protokolu vychádza z toho, či môže šírená reklama obstáť popri zákonných ustanoveniach, ktoré Protokol recipuje.

13. Na rozdiel od ustanovení vlastného Kódexu sú pravidlá Protokolu upravujúce šírenie reklamy (mediálnej komerčnej komunikácie) len také prísne, aké prísne sú zákonné ustanovenia, ktoré sa do pravidiel Protokolu recipovali.

14. Preto pokiaľ by reklama mohla obstáť popri norme ustanovenej všeobecne záväzným právnym predpisom, môže obstáť aj popri pravidle Protokolu, do ktorého sa predmetná norma recipovala.

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

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

17. Podľa § 72 ods. 1 Zákona je skrytou mediálnou komerčnou komunikáciou „zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu 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

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

19. Podľa § 3 ods. 3 Protokolu skrytou mediálnou komerčnou komunikáciou sa na účely Protokolu rozumie „zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby, ochrannú známku, obchodné meno alebo aktivity osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť, ak vysielateľ alebo poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na

požiadanie túto informáciu v rámci programu zámerne využíva na propagačné účely a mohla by vzhľadom na svoju povahu 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.“

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

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

22. Umiestňovanie produktov (Product placement) sa na účely Protokolu rozumie tak, ako ho vymedzuje zákon o mediálnych službách zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu alebo videa vytvoreného užívateľom za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu (§ 3 ods. 7 Protokolu).

23. V zmysle Protokolu umiestňovanie produktov sa zakazuje v programe, ktorý je spravodajským programom; programom aktuálnej publicistiky (§ 14 ods. 1 písm. a) a b) Protokolu)

VI. Stanovisko širiteľa k predmetu sťažnosti

24. Šíriteľ bol dňa 2. 7. 2026 vyzvaný, aby sa k šíreniu komunikátu, ktorý je predmetom sťažnosti vyjadril v lehote piatich pracovných dní, t. j. do 9. 7. 2026. Šíriteľ požiadal o predĺženie lehoty na vyjadrenie do 15. 7. 2026, čomu bolo vyhovené.

25. Šíriteľ poskytol prostredníctvom svojho právneho zástupcu Komisii vyjadrenie a záznam dňa 15. 7. 2026.

26. Šíriteľ v stanovisku vysvetľuje, že program TN Live štúdio je online publicisticko-informačným programom Širiteľa, v rámci ktorého moderátor vedie rozhovory s pozvanými hosťami k aktuálnym spoločenským, odborným alebo praktickým témam. Predmetom namietaného programu bol rozhovor s odborníkom na kontrolu vozidiel Jurajom Hudecom k téme opakovanej technickej kontroly vozidiel a možného sprísnenia sankcie za jej odmietnutie. Ide o tému, ktorá sa dotýka širokého okruhu vlastníkov a prevádzkovateľov motorových vozidiel, a preto má zjavný informačný a verejný význam.

27. Šíriteľ prostredníctvom predmetného programu sprostredkoval divákovi odborné vysvetlenie aktuálnej motoristickej témy, vrátane praktických dôsledkov pripravovanej alebo diskutovanej právnej úpravy. Pri tvorbe a zverejnení takéhoto obsahu Šíriteľ vykonával svoju redakčnú činnosť a využíval slobodu prejavu a právo verejnosti na informácie. Z hľadiska obsahu a spôsobu spracovania preto namietaný program predstavoval redakčne spracovaný publicisticko-informačný rozhovor.

28. Podľa širiteľa program nebol označený symbolom PP (umiestňovanie produktov), keďže v programe neboli umiestňované produkty v zmysle Zákona o mediálnych službách alebo Etického Kódexu a Opčného protokolu. Skutočnosť, že v obrazovej zložke programu bol na obrazovke umiestnenej v pozadí štúdia zobrazený ilustračný vizuál obsahujúci logo spoločnosti, sama o sebe neznamena, že išlo o umiestňovanie produktov či inú skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu. Predmetný vizuál bol použitý ako scénografický a ilustračný prvok súvisiaci s témou rozhovoru, ktorou boli stanice technickej kontroly a problematika (odmietania) opakovanej STK.

29. Šíriteľ by chcel poukázať na tú skutočnosť, že Sťažnosť je vnútorne nekonzistentná. Sťažovateľ na jednej strane v prevažnej časti svojho podania namieta údajný nedostatok objektívnosti a nestrannosti programu (čo bude predmetom posudzovania v inom konaní), pričom tvrdí, že v programe nebol poskytnutý priestor technikom a prevádzkovateľom STK a že tvrdenia p. Hudeca neboli dostatočne konfrontované. Podľa sťažovateľa mal teda program vyznievať kriticky voči technikom a prevádzkovateľom STK, resp. mal podľa jeho subjektívneho názoru vrhať na túto oblasť nepriaznivé svetlo. Na druhej strane však sťažovateľ súčasne tvrdí, že ten istý program mal predstavovať skrytú reklamu v prospech konkrétneho vykonávateľa STK. Takáto argumentácia je ťažko zlučiteľná s jeho vlastným opisom programu ako údajne kritického voči sektoru STK. Ak mal byť program podľa sťažovateľa jednostranne kritický voči prevádzkovateľom a technikom STK, potom nie je zrejmé, z čoho sťažovateľ vyvodzuje, že súčasne sledoval propagačný účel v prospech konkrétneho subjektu pôsobiaceho v tej istej oblasti.

30. Šíriteľ taktiež uviedol, že nie je v žiadnom zmluvnom, obchodnoprávnom ani inom obdobnom vzťahu so spoločnosťou TÜV SÜD Slovakia, z ktorého by mu vyplýval záväzok predmetnú spoločnosť, jej obchodné meno, ochrannú známku, služby, výrobky alebo aktivity propagovať. Šíriteľ za zobrazenie predmetného vizuálu, obchodného mena alebo loga spoločnosti TÜV SÜD Slovakia neprijal žiadnu odplatu, ani inú podobnú protihodnotu, a to priamo ani nepriamo. Moderátor spoločnosť v programe ani raz neuviedol, neprepisoval jej žiadny hlbší význam ani divákov nijakým spôsobom nenabádal k využívaniu služieb spoločnosti. Zároveň v programe nie je žiadna zmienka o tom, aké služby by mala spoločnosť poskytovať.

31. Spoločnosti TÜV SÜD Slovakia nebola v programe pripisovaná osobitná dôležitosť ani hlbší význam. Moderátor ani pán Hudec predmetnú spoločnosť v rozhovore nepropagovali, neodporúčali jej služby, nevyzdvihovali jej kvalitu, cenu, dostupnosť ani iné vlastnosti a divákov nijako nepovzbudzovali k využitiu jej služieb. Program neobsahoval reklamné tvrdenia, obchodnú ponuku, výzvu na nákup alebo využitie služby, ani detailné či opakované zábery na logo spôsobom, ktorý by bolo možné považovať za jeho propagačné zvýraznenie. Moderátor ani hosť v programe spomínanú spoločnosť ani raz neuviedli. Šíriteľ sa odvoláva aj na predchádzajúce rozhodnutia Komisie (bližšie pozri arbitrážne nálezy č. 44 (10-04) zo dňa 11.12.2023 a č. 02 (01-02) zo dňa 11.02.2025).

32. Šíriteľ sa nestotožnil ani s námietkou sťažovateľa, že program mohol u priemerného diváka vyvolať mylný dojem, že jeho predmetom je propagácia spoločnosti TÜV SÜD Slovakia alebo jej služieb, keďže kontextu bolo zrejmé, že cieľom programu bolo sprostredkovať divákovi informácie a odborné vysvetlenia k aktuálnej motoristickej téme a prebiehajúcej navrhovanej legislatívnej zmene a uvedenú informáciu nepoužíval na propagačné účely.

33. Na základe uvedeného má Šíriteľ za to, že nie sú splnené základné pojmové znaky skrytej mediálnej komerčnej komunikácie podľa Zákona o mediálnych službách alebo Etického kódexu a Opčného protokolu.

VII. Predbežné posúdenie

34. Predbežné posúdenie sa uskutočnilo dňa 18. 8. 2026 trojčlenným senátom v súlade s § 24 Protokolu.

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

36. Záver predbežného posúdenia bol dňa 24. 8. 2026 oznámený šíriteľovi, ktorý v lehote na námietky vyjadril so závermi posúdenia súhlas.

VIII. Názor Komisie

37. Senát v prvom rade posudzoval, či predmetný komunikát má charakter mediálnej komerčnej komunikácie, resp. skrytej reklamy. Zo záznamu vysielania je zrejmé, že komunikát má podobu rozhovoru, odvysielaného v rámci programu TN Live štúdio, ktorý žánrovo spadá pod televíznu publicistiku. V danom prípade ide teda o online publicisticko – informačný program, v rámci ktorého o.i. moderátor vedie rozhovory s pozvanými hosťami k aktuálnym spoločenským, odborným alebo praktickým témam. Obsah relácie mal teda formu rozhovoru redaktora s hosťom – odborníkom z praxe, pričom diskutovanou témou bola opakovaná technická kontrola vozidiel a možné sprísnenie sankcie za jej odmietnutie. Takýto formát zodpovedá znakom aktuálnej publicistiky, ktorej účelom je informovať verejnosť, prinášať odborné názory a komentovať aktuálne spoločenské javy.

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

39. Možno súhlasiť s tvrdením sťažovateľa, že počas predmetného rozhovoru bolo v obraze viditeľné logo a vizuálna identita konkrétnej komerčnej spoločnosti TÜV SÜD Slovakia s.r.o. Samotná prítomnosť ochrannej známky, obchodného mena alebo iného identifikačného prvku podnikateľa v redakčnom obsahu však ešte bez ďalšieho neznamena, že ide o mediálnu komerčnú komunikáciu, prípadne o jej skrytú formu. Pri posudzovaní tejto otázky je potrebné vychádzať z celkového kontextu komunikátu a skúmať predovšetkým účel, na ktorý bola predmetná obrazová informácia v programe použitá.

40. V predmetnom prípade bolo logo TÜV SÜD Slovakia súčasťou fotografie / záberov budovy stanice technickej kontroly, ktorá bola použitá ako obrazový a ilustračný prvok k téme rozhovoru. Témou komunikátu bola práve problematika staníc technickej kontroly, výkonu technických kontrol, opakovaných kontrol a kontroly činnosti technikov. Zobrazenie stanice technickej kontroly preto malo prirodzenú vecnú súvislosť s obsahom rozhovoru.

41. Zároveň senát pri posudzovaní tejto skutočnosti prihliadol aj na to, že predmetná spoločnosť nebola témou rozhovoru. Moderátor ani hosť spoločnosť TÜV SÜD Slovakia v rozhovore nespomenuli, neuvádzali jej obchodné meno, neprezentovali jej služby a neposkytovali o nej žiadne informácie. Rovnako neboli uvedené žiadne údaje o cenách, dostupnosti, kvalite alebo iných vlastnostiach jej služieb a komunikát neobsahoval žiadnu výzvu adresovanú divákovi na využitie služieb tejto spoločnosti. Aby uvedený komunikát mohol pôsobiť propagačne, musel by ho šíriť využiť na propagačné účely zámerne, t.j. spojiť ho napr. s ďalšími informáciami o ponukách konkrétneho obchodného subjektu, prípadne s informáciami, či prezentáciami, ktoré by mohli zvýšiť záujem o uvedený konkrétny subjekt a jeho služby, či produkty. Takéto zmienky sa však v predmetnom komunikáte nevyskytovali a senát má za to, že uvedenej spoločnosti nebola venovaná v rámci relácie žiadna špeciálna pozornosť ani v nej neodznali žiadne informácie, ktoré by mohli mať vo vzťahu k predmetnej spoločnosti propagačný charakter a relácia, ani uvedený rozhovor nie sú podľa senátu schopné ovplyvniť správanie diváka / spotrebiteľa spôsobom, že na základe jej vzhliadnutia sa rozhodne napr. využije služby konkrétnej spoločnosti.

42. Senát v súlade s ustálenou judikatúrou regulátora zohľadnil pri posudzovaní aj skutočnosť vyplývajúcu z tvrdenia šíriteľa, že vysielateľ nie je v žiadnom zmluvnom, obchodnoprávnom ani inom obdobnom vzťahu so spoločnosťou TÜV SÜD Slovakia, z ktorého by mu vyplýval záväzok predmetnú spoločnosť, jej obchodné meno, ochrannú známku, služby, výrobky alebo aktivity

propagovať. Šíriteľ za zobrazenie predmetného vizuálu, obchodného mena alebo loga spoločnosti TÜV SÜD Slovakia neprijal žiadnu odplatu, ani inú podobnú protihodnotu, a to priamo ani nepriamo. Uvedená skutočnosť má podstatný vplyv na posúdenie 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 predmetnej spoločnosti alebo jej produktoch v intenzite alebo spôsobom, ktorý by opodstatňoval iný záver senátu, nemožno posudzovaný prípad označiť za skrytú mediálnu komerčnú komunikáciu.

43. Senát sa taktiež nedomnieva, že by predmetný komunikát mohol viesť priemerného spotrebiteľa do omylu o podstate odvysielaných informáciách, a to ani vo vzťahu k obsahovému a žánrovému zameraniu relácie samotnej, rovnako nie vo vzťahu k zobrazeniu loga konkrétnej spoločnosti. Senát pri posúdení tejto podmienky vychádzal z perspektívy priemerného diváka, ktorý predmetný komunikát vníma ako celok. Z celkového obsahu programu podľa názoru Senátu nevzniká dojem, že rozhovor bol vytvorený alebo odvysielaný s cieľom propagovať spoločnosť TÜV SÜD Slovakia. Divák je od začiatku oboznamovaný s témou opakovaných technických kontrol, sankcií a fungovania systému odborného dozoru. V tomto kontexte je zobrazenie stanice technickej kontroly prirodzeným obrazovým doplnením obsahu rozhovoru. Samotné zobrazenie loga preto podľa názoru Senátu nebolo spôsobilé vytvoriť u priemerného diváka dojem, že ide o obchodnú ponuku alebo o redakčne prezentované odporúčanie služieb spoločnosti TÜV SÜD Slovakia, resp. že rozhovor má iný, ako len informačný charakter, cieľom ktorého je poskytnúť divákovi informácie o vybranej téme, ktorej sa rozhovor priamo týkal. Na tomto závere nič nemení ani skutočnosť, že logo bolo na obrazovke viditeľné počas rozhovoru. Rozhodujúce je, akú funkciu v rámci programu plnilo. Z vykonaného dokazovania nevyplýva, že by jeho viditeľnosť bola výsledkom osobitného propagačného zámeru; išlo o súčasť scénografického a ilustračného prvku použitého v štúdiu.

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

45. Senát sa taktiež nedomnieva, že v predmetnom prípade by bolo možné zobrazenie loga spoločnosti považovať za mediálnu komerčnú komunikáciu v kontexte umiestnenia produktu. Podľa § 3 ods. 7 Protokolu sa umiestňovaním produktov rozumie zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu alebo videa vytvoreného užívateľom za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu. Pre naplnenie pojmových znakov umiestňovania produktov je preto relevantná nielen samotná existencia obrazovej informácie o ochrannej známke alebo službe, ale aj skutočnosť, že takáto informácia bola do programu zaradená za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu. Senát pri posúdení opätovne vychádzal z tvrdenia šíriteľa, ktorý uviedol, že medzi ním a spoločnosťou TÜV SÜD Slovakia neexistuje zmluvný, obchodnoprávny ani iný obdobný vzťah, na základe ktorého by bol povinný túto spoločnosť, jej obchodné meno, ochrannú známku alebo služby propagovať. Zároveň uviedol, že za predmetné zobrazenie nebola poskytnutá žiadna odplata ani iná podobná protihodnota, a to priamo ani nepriamo. Senát preto nemal za preukázané, že predmetné zobrazenie bolo do programu zaradené za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu. Samotná skutočnosť, že na ilustračnej fotografii bola identifikovateľná ochranná známka alebo obchodné označenie komerčného subjektu, preto nepostačuje na záver, že v predmetnom prípade išlo o umiestňovanie produktu v zmysle Protokolu.

IX. Záver posúdenia predmetu sťažnosti

46. Na základe vyššie uvedeného Senát na svojom zasadnutí dňa 18. 8. 2026 v súlade s § 131 ods. 1 Zákona rozhodol, že odvysielaním rozhovoru: „Pokuta 1500 eur za odmietnutie opakovanej STK“ v televíznom vysielaní programovej služby TN Live, 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 28. 8. 2026

Mária Tóthová Šimčáková v.r.
predsedníčka Komisie

* * *