



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Ludmily Sandnerové a soudců Mgr. Milana Taubera a Mgr. Marka Bedřicha v právní věci žalobce: **Underline, a. s.**, se sídlem Štulcova 89/4, Praha 2, IČ 25294482, zastoupen JUDr. Filipem Winterem, advokátem, se sídlem Mostecká 273/21, Praha 1, proti žalovanému: **Ministerstvo průmyslu a obchodu**, se sídlem Na Františku 32, Praha 1, o žalobě proti rozhodnutí žalovaného ze dne 16. 8. 2010, č. j. 27848/10/04400,

t a k t o :

- I. Rozhodnutí Ministerstva průmyslu a obchodu ze dne 16. 8. 2010, č. j. 27848/10/04400, se zrušuje a věc se vrací žalovanému k dalšímu řízení.
- II. Žalovaný je povinen do 1 měsíce od právní moci tohoto rozsudku zaplatit žalobci na náhradu nákladů řízení 15 988 Kč, a to do rukou jeho zástupce JUDr. Filipa Wintera, advokáta.

O d ů v o d n ě n í :

Žalobce se podanou žalobou domáhal přezkoumání v záhlaví označeného rozhodnutí, kterým byla ze 100 000 Kč na 80 000 Kč snížena pokuta uložená žalobci rozhodnutím Magistrátu hlavního města Prahy ze dne 3. 6. 2010, č. j. MHMP-842116/09/B/Še-1023, za spáchání správního deliktu podle § 8a odst. 3 písm. f) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o regulaci reklamy“). Uvedeného deliktu se žalobce podle správních orgánů dopustil tím, že jako zpracovatel reklamní kampaně porušil podmínky pro obsah reklamy stanovené v § 2 odst. 3 citovaného zákona tím, že reklama je

v rozporu s dobrými mravy, neboť svým dopadem diskriminuje romské etnikum a jednotlivce vykonávající manuální práci, snižuje lidskou důstojnost a společenský význam manuální práce. Předmětná reklama dle výroku rozhodnutí prvního stupně spočívala v tom, že žalobce vyhotovil žlutá reklamní trička s nápisem „Měl jsem se líp učit!“ a s odkazem na www.skoly.cz, do nichž byli následně oblečeni pracovníci romského etnika Stavební společnosti Šlehofer, s. r. o., při výkopových pracích v centru Prahy.

Žalobci byla současně uložena povinnost nahradit náklady řízení ve výši 4 000 Kč, z nichž 1 000 Kč představuje paušální částka nákladů řízení a 3 000 Kč částka za přibrání dvou znalců.

V podané žalobě žalobce namítá, že jako zpracovatel reklamy nemůže být pachatelem předmětného deliktu, neboť toliko vymyslel a vyrobil reklamní trička s úslovím „Měl jsem se líp učit“ a dohodl se se stavební firmou, že tato trička poskytne svým pracovníkům na dva dny na stavbě na frekventovaném místě. Žalobce tak nemohl ovlivnit, že následně byli do triček oblečeni pracovníci romského etnika. Za takovýto správní delikt, pokud se vůbec o delikt jedná, měl být k odpovědnosti volán šířitel reklamy. Pak by se ukázala nesmyslnost řízení, protože šířitelé, tedy dělníci stavební firmy, jsou v rozhodnutí současně považováni za jakési oběti jimi šířené reklamy.

Dále žalobce namítá, že napadené rozhodnutí nepřiměřeně konstruuje jakýsi vážný právní problém (vyžadující tři znalecké posudky a přes 200 stran spisu) a úplně pomíjí prvek nadsázky, vtipu, legrace. Fotografie dokládají, že samotní dělníci stavební firmy chápali svou účast jako dobrovolné a zábavné zpestření dne a rozhodně se necítili být nějak poškozeni; nadto na fotografiích je oblečen do trička i majitel stavební firmy. Naopak rozhodnutí správních orgánů je založeno na ponižujícím pracovním či dokonce etnickém stereotypu, podle kterého kopáč není sám schopen ani rozhodnout o tom, jaké tričko s nápisem si vezme na sebe.

Žalobce navrhuje zrušení rozhodnutí obou stupňů.

Žalovaný ve vyjádření k obsahu žaloby uvádí, že tvrzení žalobce jsou účelová a vytržena ze souvislosti. Dále konstatuje, že dle smlouvy o spolupráci uzavřené dne 6. 10. 2009 mezi Underline, s. r. o. a Šlehofer s. r. o., se společnost Šlehofer s. r. o. zavázala, že ve stanovené dny a na určeném místě budou její pracovníci vykonávat práci oblečení po celou dobu pracovní směny do triček s textem „Měl jsem se líp učit!“. Reklamu je dle žalovaného třeba posoudit jako celek; v daném případě není tvořena jen zmiňovanými tričky, ale právě tím, že do triček byli podle výše citované smlouvy o spolupráci oblečeni pracovníci (kopáči) společnosti Šlehofer s. r. o. Žalovaný v této souvislosti uvádí, že námitka, dle níž základním důvodem uložení pokuty je podle napadeného rozhodnutí skutečnost, že do triček byli oblečeni pracovníci romského etnika, se nezakládá na pravdě. Napadené rozhodnutí (str. 6) výslovně uvádí, že odvolací orgán k předmětné námitce, která byla žalobcem uplatněna již v odvolacím řízení, přihlédl v plném rozsahu s tím, že tuto skutečnost (ovlivnění, kdo konkrétně bude tričko v rámci akce nosit) nelze ze spisu dovodit. Právě s přihlédnutím k citované námitce se žalovaný rozhodl změnit rozhodnutí prvního stupně tak, že uloženou pokutu přiměřeně snížil. Podstatou napadeného

rozhodnutí je závěr, že předmětná reklama je v rozporu s dobrými mravy tím, že snižuje obecně osoby vykonávající manuální práce, v tomto kontextu snižuje lidskou důstojnost a společenský význam manuální práce a diskriminuje romské etnikum. Posledně uvedené konstatování však nebylo přičteno k tíži žalobce, neboť nebylo doloženo, že ovlivnil výběr osob, které trička nosily.

K námitce žalobce, že pokud měl odvolací orgán za to, že způsob šíření reklamy odporuje zákonu, měl postihnout jejího šířitele, žalovaný konstatuje, že podle § 6b odst. 2 zákona o regulaci reklamy je šířitel odpovědný za způsob šíření reklamy, nikoli za její obsah.

K námitce, že žalovaný nepřiměřeně konstruuje jakýsi právní problém a úplně pomíjí prvek legrace, vtipu a nadsázky, že žádný dělník coby poškozený nebyl v rozhodnutí zmíněn ani vyslechnut a že napadené rozhodnutí je založeno na ponižujícím pracovním či etnickém stereotypu, podle kterého pracující kopáč není sám schopen ani rozhodnout o tom, jaké tričko s nápisem si na sebe vezme, žalovaný uvádí, že reklama samozřejmě může obsahovat a zpravidla i obsahuje určitou nadsázku, ale i nadsázka musí být činěna v rámci zákona a neodůvodňuje jeho porušení. Žalovaný trvá na závěru vysloveném v napadeném rozhodnutí, že žalobce porušil § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, který stanovuje, že reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy.

K námitkám žalobce, že dělníci, kteří trička nosili, věc chápali v podstatě jako zábavné zpestření dne, žalovaný poukazuje na to, že řízení bylo zahájeno z podnětu romské mediální a vzdělávací organizace Romea a dvou jejích zaměstnanců, paní Mgr. Balážové a pana Bikára, kteří vnímali reklamu jako znevažující ve vztahu k Romům.

Žalovaný trvá na tom, že porušení zákona bylo žalobci plně prokázáno, a odkazuje na spisový materiál i odůvodnění napadeného rozhodnutí.

Žalovaný navrhuje zamítnutí žaloby.

Městský soud v Praze rozsudkem ze dne 24. 4. 2013, č. j. 3A 111/2010-39, zrušil rozhodnutí obou stupňů, a to jednak pro nezákonnost a jednak pro vady řízení.

Městský soud ve svém rozsudku konstatoval, že správní orgány měly povinnost vysvětlit, resp. odůvodnit, rozpor reklamy s dobrými mravy (§ 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy a rozsudek NSS ze dne 15. 9. 2010, č. j. 1 As 47/2010 – 65, publ. pod č. 2173/2011 Sb. NSS), a to přesto, že diskriminaci bude často třeba považovat za takový způsob jednání, na jehož odsouzení se shodne naprosto převažující většina společnosti, což je objektivizované kritérium pro posouzení rozporu s dobrými mravy (viz rozsudek NSS ze dne 27. 9. 2007, č. j. 5 As 32/2007 – 83, publ. pod č. 2362/2011 Sb. NSS). Této své povinnosti však správní orgány nedostály, neboť ustaly toliko na konstatování, že 1) diskriminováni jsou příslušníci romského etnika, 2) jsou diskriminováni jednotlivci, kteří vykonávají těžkou manuální práci, 3) je snižován společenský význam manuální práce, 4) je snižována lidská důstojnost dělníků oblečených do žlutých triček a je zneužívána jejich nevědomost. V uvedených dílčích hodnoceních městský soud shledal závažné vady.

Pokud jde o otázku diskriminace příslušníků romského etnika, správní orgány vycházely jen z faktu, že trička měli oblečena výlučně příslušníci romského etnika. Pro takový závěr však ve správním spisu absentuje jednoznačná opora; skutkový stav, který vzal správní orgán za základ svého rozhodování tak nemá oporu v obsahu správního spisu. Nemohou proto obstát ani další závěry opírající se o rasový prvek, tj. zejména poukaz na latentní rasismus, snižování důstojnosti romského etnika apod.

K otázce diskriminace jednotlivců vykonávajících těžkou manuální práci městský soud uvedl, že zákon jako rozpornou s dobrými mravy příkladmo vyjmenovává diskriminaci z důvodu rasy, pohlaví nebo národnosti. O diskriminaci z důvodu druhu vykonávané práce zákon vůbec nehovoří, o to naléhavěji je proto třeba, aby správní orgány zdůvodnily naplnění kritéria rozporu s dobrými mravy, na což v posuzované věci zcela rezignovaly.

Stejně tak správní orgány nevysvětlily rozpor s dobrými mravy v případě jejich závěrů o snižování společenského významu manuální práce i v závěru snižování lidské důstojnosti dělníků oblečených do žlutých triček a zneužívání jejich nevědomosti. Dále městský soud poznamenal, že postoj zmíněných dělníků oblečených do žlutých triček nebyl ve správním řízení vůbec zjišťován, tvrzení o jejich nevědomosti je proto čistou spekulací správních orgánů bez jakékoliv opory ve správním spisu, jakož i popřením autonomie vůle těchto dělníků a jejich svéprávnosti.

Městský soud dále správním orgánům vytkl procesní vady. Pochybení shledal soud v tom, že si správní orgán I. stupně vyžádal několik posudků, včetně znaleckých, za které utratil téměř 20 000 Kč a vždy se ptal posuzovatelů, resp. znalců na otázku, zda je reklama v rozporu se zákonem. Tuto otázku si však správní orgán měl posoudit sám, neboť se jedná o otázku právní, nikoliv skutkovou. Správní orgán I. stupně také nijak nevysvětlil, proč má za mylné závěry znalce dr. Svobody, který dospěl k závěru souladnosti dané reklamy se zákonem.

Soud uzavřel, že nesouhlasí s hmotněprávním posouzením věci. Připomněl, že i reklama je realizací svobody projevu, jež je chráněna v rovině ústavní i mezinárodněprávní. Reklama je druhem komerčního projevu, který rovněž požívá ochrany, byť nižší než např. projev politický. Omezení svobody projevu, včetně projevu komerčního, je přitom možné pouze tehdy, je-li to nezbytné pro zajištění určitých ústavně chráněných hodnot taxativně vymezených v čl. 17 odst. 4 Listiny základních práv a svobod. Městský soud však neshledal ničeho, v čem by reklama vybočila z ústavního rámce svobody projevu, tím méně, že by provedený zásah (tj. pokuta) byl proporční.

Proti tomuto rozsudku podal žalovaný kasační stížnost. O ní rozhodl Nejvyšší správní soud rozsudkem ze dne 15. 10. 2013, č. j. 1 As 46/2013-44, tak, že citovaný rozsudek zdejšího soudu zrušil a věc mu vrátil k dalšímu řízení.

Nejvyšší správní soud konstatoval, že městský soud nesprávně interpretoval § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, pokud se domníval, že pro porušení uvedeného

ustanovení je třeba v případě rasové diskriminace prokázat také rozpor této diskriminace s dobrými mravy. V této části se městský soud dopustil nesprávné interpretace § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, nejedná se však o takové pochybení, které by samo o sobě způsobovalo nezákonnost napadeného rozsudku, neboť na této argumentaci rozsudek soudu nespočívá. Za správný je třeba považovat další výklad § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy provedený městským soudem, podle kterého v případě druhu diskriminace neuvedeného v demonstrativním výčtu zmíněného ustanovení (v tomto případě diskriminace manuálně pracujících osob), je nutné řádně odůvodnit, že použití dané diskriminace dosahuje takové intenzity, že je třeba reklamu považovat za rozpornou s dobrými mravy.

Přestože následně Nejvyšší správní soud zdejšímu soudu uložil, aby se v dalším řízení zabýval tím, zda reklama obsahuje diskriminaci romského etnika a posoudil, jestli uvedenou reklamou bylo negativně rozlišeno romské etnikum a byl, jak uvádí správní orgány, prohlouben stereotyp o „nevzdělaném a ke vzdělání neochotném Romovi“ a přitom vzal v úvahu dopady reklamy jako celku, Nejvyšší správní soud tuto otázku sám vyřešil, když dále konstatoval, že městský soud se dopustil nesprávného posouzení právní otázky, zda je reklama v rozporu se zákonem z důvodu diskriminace romského etnika a na základě ve svém rozsudku citované judikatury Evropského soudu pro lidská práva shrnuje, že jakékoliv označování Romů a upozorňování na jejich špatnou úroveň vzdělanosti je třeba v kontextu situace a postavení Romů v České republice posuzovat velmi přísně. Těžko si proto lze představit, že by označení romských dělníků a upozornění na jejich nevzdělanost, mohlo obstát jako sdělení, které v sobě neobsahuje diskriminaci z důvodu příslušnosti k romskému etniku.

K otázce snížení lidské důstojnosti konkrétních dělníků Nejvyšší správní soud konstatoval, že v dalším řízení bude na městském soudu, aby v intencích výše nastíněných úvah znovu posoudil, zda reklamou mohla být snížena lidská důstojnost kopáčů zúčastněných na reklamě. Přitom musí být taktéž vzato v úvahu postavení Romů v České republice a je nutno mít na paměti nutnost zvýšené ochrany této menšiny.

Pokud jde o diskriminaci jednotlivců vykonávajících těžkou manuální práci a snižování významu manuální práce, ztotožnil se Nejvyšší správní soud s názorem zdejšího soudu a dále konstatoval, že snížení významu manuální práce a označení kopáčů (bez ohledu na jejich etnickou příslušnost) jako určitého symbolu nevzdělanosti nevyvolává v tomto konkrétním případě samo o sobě natolik negativní ohlasy většiny společnosti, že by takovou reklamu bylo třeba považovat za ohrožující mravnost obecně nepřijatelným způsobem, obdobně jako např. prvky „tvrdé pornografie“ zmíněné v citovaném rozsudku Nejvyššího správního soudu. Posuzovaná reklama – co do samotného prvku označení „kopáčství“ jako synonyma nevzdělanosti – mohla být veřejností chápána jak negativním, tak pozitivním způsobem. Vzhledem i k negativním ohlasům je možno mít za to, že se reklama pohybuje na hranici vkusnosti, ovšem Nejvyšší správní soud neshledal, že by byla v tomto ohledu v rozporu s dobrými mravy a tedy v rozporu se zákonem.

Nejvyšší správní soud taktéž shledal, že je nutné správním orgánům v nyní posuzované věci vytknout, že otázku svobody projevu (v tomto případě svobody tzv. komerčního projevu) zcela opominuly.

Nejvyšší správní soud se s městským soudem ztotožnil i v tom, že správní orgán nemůže položit znalci otázku, zda byl porušen zákon, neboť se jedná o otázku právní, již musí posoudit a zodpovědět správní orgán a potažmo soud. Správní orgán I. stupně proto pochybil při zadávání znaleckého posudku znalci dr. Svobodovi, kterému položil otázky, zda je reklama v rozporu s dobrými mravy, zda obsahuje jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadá náboženské nebo národnostní cítění, ohrožuje obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižuje lidskou důstojnost, obsahuje prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu, zda napadá nějaké politické přesvědčení. Správní orgán I. stupně se tak totiž znalce de facto zeptal, zda byl porušen § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy. Více odpovídající otázky správní orgán I. stupně již uložil dalšímu znalci – Vysoké škole Karlovy Vary o. p. s., Ústavu kriminalistiky a forenzních disciplín, kterého se dotázal, zda reklama obsahuje jakoukoliv diskriminaci z důvodu rasy nebo národnosti, zda napadá národnostní cítění, snižuje lidskou důstojnost, společenský význam práce a vyzval i k uvedení dalších případných zjištění, která by mohla přispět k řádnému objasnění věci. Za otázky hodné znaleckého posouzení je možno považovat zejména otázky související s diskriminací na základě rasy či romského etnika, případně napadání národnostního cítění. Nejvyšší správní soud je však toho názoru, že otázky typu snížení lidské důstojnosti a společenského významu práce, coby otázky směřující k mravnosti reklamy, by si měl správní orgán na základě vlastní úvahy, vycházející ze znalosti společenských poměrů a běžné zkušenosti, posoudit sám. Proto ani zadání tohoto znaleckého posudku nelze považovat za zcela správné. Lze tak souhlasit s názorem městského soudu, že si správní orgán I. stupně nadbytečně vyžádal znalecké posudky a posudek Rady pro reklamu pro zodpovězení otázek, které si mohl sám posoudit a zejména se dotazoval i na otázky právní, jejichž hodnocení znalci nepřísluší.

Městský soud dále shledal pochybení správního orgánu I. stupně v tom, že neuvedl, proč považuje za mylné závěry obsažené v posudku dr. Svobody. Ve své kasační stížnosti stěžovatel argumentuje tím, že správní orgán I. stupně uvedený znalecký posudek nepoužil z důvodu, že se s ním neztotožnil. Vzhledem k tomu, že znalecké posudky si má správní orgán nechat vypracovat tehdy, jedná-li se o oblast, k jejímuž posouzení potřebuje odborné znalosti, jimiž nedisponuje, nemůže z této povahy věci následně uvést, že s názory vyjádřenými v daném posudku nesouhlasí. Za irelevantní ovšem mohl považovat hodnocení mravnosti a souladu reklamy se zákonem, jejichž posouzení znalci nepřísluší. V této souvislosti je třeba připomenout, že správní orgán hodnotí všechny podklady pro rozhodnutí, zejména důkazy, podle své úvahy, přičemž pečlivě přihlíží ke všemu, co vyšlo během řízení najevo (viz § 50 odst. 4 správního řádu). Pokud některý důkaz nepoužije, musí to řádně odůvodnit (viz § 68 odst. 3 správního řádu).

Městský soud v Praze posoudil věc takto:

Podle § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí obsahovat jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní cítění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu.

Nejvyšší správní soud uložil zdejšímu soudu, aby se dalším řízení zabýval tím, „zda reklama obsahuje diskriminaci romského etnika. Vycházejí z výše uvedených obecných poznámek o diskriminaci bude městský soud posuzovat, jestli uvedenou reklamou bylo negativně rozlišeno romské etnikum a byl, jak uvádí správní orgány, prohlouben stereotyp o ‚nevzdělaném a ke vzdělání neochotném Romovi‘. Musí přitom vzít v úvahu dopady reklamy jako celku.“ Dále mu uložil, „aby v intencích výše nastíněných úvah znovu posoudil, zda reklamou mohla být snížena lidská důstojnost kopáčů zúčastněných na reklamě. Přitom musí vzít taktéž v úvahu postavení Romů v České republice a mít na paměti nutnost zvýšené ochrany této menšiny.“

Přestože se zdá, že zdejší soud má provést vlastní posouzení právně zmiňovaných otázek, zodpovídá na ně (byť v některých případech implicitně) sám Nejvyšší správní soud a zdejší soud nepocituje žádný prostor, aby mohl konstatovat cokoli jiného, než že posuzovaná reklama odporuje dobrým mravům z důvodu diskriminace romského etnika a z důvodu snižování lidské důstojnosti kopáčů zúčastněných na reklamě. Nejvyšší správní soud sám k tomu ostatně konstatoval, „že jakékoliv označování Romů a upozorňování na jejich špatnou úroveň vzdělanosti je třeba v kontextu situace a postavení Romů v České republice posuzovat velmi přísně. Těžko si proto lze představit, že by označení romských dělníků a upozornění na jejich nevzdělanost, mohlo obstát jako sdělení, které v sobě neobsahuje diskriminaci z důvodu příslušnosti k romskému etniku. Uvedené závěry Evropského soudu pro lidská práva proto městský soud musí promítnout do svého hodnocení otázky rozporu reklamy s dobrými mravy z důvodu diskriminace romského etnika.“

Uvedené závěry jsou podpořeny i případy, jež Nejvyšší správní soud ve svém rozsudku cituje: „Například lze odkázat na rozhodnutí britského Úřadu pro reklamní standardy, který se zabýval případem rasové diskriminace v kampani, jež měla upozornit na problémy dětí v londýnské čtvrti Kilburn (rozhodnutí ze dne 26. 8. 2009, ve věci Keeping Kids Company). Jedná se do určité míry o podobnou věc jako v nyní posuzovaném případě, neboť zde šlo o označení osob určité rasy, jejichž postavení je v britské společnosti problematičtější. Kampaně spočívala ve zveřejnění několika plakátů, na kterých byly vyobrazeny děti, které skutečně žijí ve zmiňované čtvrti Kilburn. První plakát vyobrazoval čtyři mladistvé černochy v městském prostředí a obsahoval tento nadpis: ‚Ano, nemýlíte se. Děti, které dokážou zabít, jsou opravdu na hlavu.‘ Dále tento plakát obsahoval souvislý text, který porovnával mozky dvou dětí. První z mozků náležel dítěti s fungujícím rodinným zázemím, druhý pak chlapci, který byl zneužíván a opomíjen. Mozek druhého chlapce byl o poznání menší, přičemž text plakátu uváděl, že důvodem menší velikosti je skutečnost, že část mozku související s emocemi se dostatečně nevyvinula. Druhý plakát znázorňoval tři mladistvé černochy, první z nich jezdil na kole, zatímco druhí dva obtěžovali kolemjdoucího bělocha. Plakátu dominoval tento nadpis: ‚Jak se dostanete do hlavy šestnáctiletému násilníkovi? Prvně se musíte dostat do hlavy šestnáctiletému chlapci, který se pomůže.‘ Text plakátu dále uváděl: ‚Násilníci, kriminálníci, zvířata. Všichni tihle by měli být pod zámkem. Buďte k sobě upřímní, nenapadají Vás tyto myšlenky při pohledu na tento plakát? Mějte však na paměti, že další trestání těchto dětí pouze zvyšuje jejich vztek a zášť. Společnost Kids Company si je dlouhodobě vědoma skutečnosti, že jediným způsobem jak změnit tyto děti je změnit náš pohled na ně. Uvědomte si, jak tyto děti musely trpět v průběhu svého života, většina jejich rodinných příslušníků byli drogoví dealeri nebo pasáci. Tyto děti nemohly většinu svého dosavadního života spát kvůli pocitům strachu a ohrožení. I v pozdější

fázi svého dospívání se někteří z nich stále pomohou, a to v důsledku traumat, která zažili.‘ Dále plakát vyzýval veřejnost k pomoci těmto dětem a k připojení se k veřejně prospěšným aktivitám zmíněné společnosti.

V uvedeném případě úřad na jednu stranu akceptoval skutečnost, že plakáty byly součástí kampaně, která pravdivě reflektovala rasové/etnické složení dětí, jež se účastní programů realizovaných v rámci center pro mladistvé, a zároveň zohlednil, že účelem kampaně byla snaha upozornit na problematiku kriminality dětí, které v těchto centrech žádají o pomoc. I přesto však rozhodl, že první plakát působil urážlivě, jelikož zobrazoval pouze mladistvé černochoy, a druhý plakát byl rasistický, neboť se zaměřil na negativní zobrazování mladistvých černochoy, což může vést k zesílení negativních stereotypů ve společnosti.

Britský Úřad pro reklamní standardy se zabýval také reklamou, která se týkala stereotypů ohledně romské komunity, již uveřejnila Channel Four Television Corporation (viz rozhodnutí ze dne 3. 10. 2012, ve věci Channel Four Television Corporation). Jednalo se o čtyři plakáty se stejným sloganem: ‚Větší. Tlustší. Cikánštější.‘ (v originále ‚Bigger. Fatter. Gypsier.‘) pro dokument Channel Four – Velké tlusté cikánské svatby. Úřad shledal jako závadné následující dva plakáty. Jednak plakát, který vyobrazoval detailní záběr chlapce hledícího přímo do fotoaparátu, a dále plakát, na kterém byly vyfotografovány dvě mladé ženy oděné do krátkých blůz s hlubokým výstřihem. Britský Úřad pro reklamní standardy při posouzení uvedené reklamy pracoval s průzkumem Komise pro lidská práva a rovné příležitosti. Ta ve svém průzkumu zjistila, že Romové byli často vystaveni podezřívavosti a odmítání ze strany společnosti. Komise uvedla, že tato etnická skupina trpí ve Velké Británii značnou nevýhodou v životních příležitostech, a to v přístupu ke zdravotní péči, vzdělání, práci či bydlení. Z tohoto důvodu mohou mít média značný dopad na utváření veřejného mínění o Romech. Jejich průzkum navíc ukázal, že role médií byla klíčová v podporování neporozumění tomuto etniku a stereotypnímu vyobrazení a sensačním reportážím, které často aktivizovaly strach a zášť ve společnosti. Celý obraz Romů ve společnosti byl tak umocněn i absencí pozitivních představ. Podle úřadu mohl první plakát s detailním záběrem chlapce se staženými rty vzbuzovat dojem, že plakát ukazuje na typickou vlastnost mladých v romské komunitě - agresivitu. Úřad proto dospěl k závěru, že tento plakát byl urážlivý a bezohledný. V případě druhého uvedeného plakátu mohla skutečnost, že vyobrazené ženy byly silně nalíčené a měly na sobě topy s hlubokým výstřihem, v kombinaci s hlavním titulkem na plakátu, vzbuzovat dojem, že se jedná o typický výjev z romské komunity a podporovat předsudky. Takový obraz tedy mohl urážet romskou komunitu.

Výše uvedený případ se podobá nyní posuzované reklamě v tom, že se taktéž dotýká určitých předsudků o Romech a tyto předsudky ještě více prohlubuje.“

K tomu Nejvyšší správní soud podotýká, že je třeba „zejména zohlednit, jaké problémy se v souvislosti s romským etnikem v české společnosti vyskytují. Mezi tyto problémové okruhy bezesporu patří i obtíže se vzděláváním osob romského etnika, přičemž tohoto problému se přímo dotýká také sdělení v posuzované reklamě („Měl jsem se líp učit!“).“

Dle Nejvyššího správního soudu „ke snižování lidské důstojnosti může docházet také použitím rasy nebo etnického původu jako kritéria k rozlišování. ... Obdobně i v případě nyní posuzované reklamy je třeba dospět k závěru, že pro posouzení snížení lidské důstojnosti jako

hodnoty, kterou je třeba chránit, není nutné prokazovat postoj zúčastněných dělníků k nošení žlutých triček. I případná dobrovolnost kopáčů tedy v posuzované věci nebude hrát roli. Práva na zachování lidské důstojnosti, jako nezadatelného a nezcizitelného práva, se totiž nelze vzdát.“

Ze všech těchto důvodů i z celkového kontextu rozsudku Nejvyššího správního soudu zdejší soud uzavírá, že posuzovaná reklama odporuje dobrým mravům z důvodu diskriminace romského etnika a z důvodu snižování lidské důstojnosti kopáčů zúčastněných na reklamě.

Správní orgány však dospěly také k závěru o diskriminaci jednotlivců vykonávajících těžkou manuální práci a k závěru o snižování společenského významu manuální práce. K tomu zdejší soud konstatuje, že zákon jako rozpornou s dobrými mravy příkladmo vyjmenovává diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti. O diskriminaci z důvodu druhu vykonávané práce vůbec nehovoří. Zákonný výčet je sice jen demonstrativní, a proto je samozřejmě možné spatřovat rozpor s dobrými mravy i v dalších skutečnostech, tedy potenciálně i v diskriminaci z důvodu druhu vykonávané práce, avšak o to naléhavěji je pak třeba, aby správní orgány zdůvodnily naplnění kritéria rozporu s dobrými mravy, na což v posuzované věci zcela rezignovaly. Tytéž nedostatky shledává soud i v závěru správních orgánů o snižování společenského významu manuální práce.

Nejvyšší správní soud k tomu dodal, „že v rozporu s dobrými mravy není automaticky diskriminace z jakéhokoli důvodu, nýbrž pouze nejzávažnější formy diskriminace, tj. diskriminace z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti. Pokud se jedná o jiný typ diskriminace, je třeba prokázat, zda dosahuje takové intenzity, že je možno ji kvalifikovat jako rozpornou s dobrými mravy.“

Dle Nejvyššího správního soudu „je také nutné správním orgánům v nyní posuzované věci vytknout, že otázku svobody projevu (v tomto případě svobody tzv. komerčního projevu) zcela opominuly“.

Zdejší soud pokládá v této souvislosti za nezbytné připomenout, že i reklama je realizací svobody projevu, kterážto hodnota je chráněna v rovině ústavní i mezinárodněprávní (čl. 17 Listiny, čl. 11 Listiny základních práv Evropské unie, čl. 10 úmluvy o ochraně lidských práv a základních svobod, čl. 19 mezinárodního paktu o občanských a politických právech). Reklama je druhem komerčního projevu a rovněž komerční projev požívá ochrany, byť nižší než např. projev politický (srov. např. Kmec, J., Kosař, D., Kratochvíl, J., Bobek, M.: Evropská úmluva o lidských právech. Komentář, Praha 2012, s. 1022 a 1029 a násl.). Omezení svobody projevu, včetně projevu komerčního, je možné jen tehdy, je-li to nezbytné (tj. zcela nutné) pro zajištění určitých ústavně chráněných hodnot taxativně vymezených v čl. 17 odst. 4 Listiny. Ústavně konformní výklad omezení svobody projevu tedy musí vycházet zejména z toho, že pro konkrétní omezení musí být ústavně legitimní důvod nacházející svůj odraz v čl. 17 odst. 4 Listiny základních práv a svobod a že dané omezení je zejména ve svém obsahu, rozsahu a intenzitě proporcionální hodnotě, která je jím chráněna (rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 24. 6. 2010, č. j. 7 As 24/2010-51, publ. pod č. 2319/2011 Sb. NSS).

Zdejší soud rovněž nemůže akceptovat, jakým způsobem správní orgán správní řízení vedl. Vyžádal několik posudků, včetně znaleckých, za něž v rozporu se zákonem utratil téměř 20 000 Kč, a vždy se ptal posuzovatelů, popřípadě znalců na otázku (různými slovy formulovanou), zda předmětná reklama je v rozporu se zákonem, neboli nechával znalce, popřípadě posuzovatele odpovídat na otázku, která přísluší zodpovědět výlučně správnímu orgánu samotnému a která je bytostně otázkou právní, nikoli skutkovou. Přitom znalecké posouzení je přípustné – avšak jen krajně subsidiárně – v případě skutkových otázek (viz § 56 správního řádu: Závise-li rozhodnutí na posouzení skutečností...). Konečně když již správní orgán vycházel ze znaleckých posudků, vůbec nezdůvodnil, proč má za mylné a vyvrácené závěry znalce dr. Svobody, který dospěl k souladnosti předmětné reklamy se zákonem, a zcela arbitrárně se přiklonil k závěrům opačným, vyslovených v ostatních znaleckých posudcích či odborných posouzeních.

Soud poukazuje na to, že zjistil i další vady napadeného rozhodnutí nad rámec žalobních bodů. Při rozhodování o důvodnosti žaloby k nim nepřihlížel, ale pro budoucí praxi žalovaného je vhodné je zmínit: jednak výrok rozhodnutí o správním deliktu postrádá v rozporu s judikaturou NSS jakékoli časové určení deliktního jednání (usnesení rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu ze dne 15. 1. 2008, č. j. 2 As 34/2006-73, publ. pod č. 1546/2008 Sb. NSS) a jednak výše uložené pokuty je v rozhodnutích obou stupňů zdůvodněna velice stroze, ba zcela nedostatečně.

Soud uvážil, že žaloba je důvodná, a proto napadené rozhodnutí zrušil bez jednání podle § 76 odst. 1 písm. a) s. ř. s. pro nepřezkoumatelnost spočívající v nedostatku důvodů rozhodnutí (absentují úvahy o tom, že diskriminace jednotlivců vykonávajících těžkou manuální práci a snižování společenského významu manuální práce odporuje dobrým mravům, absentují úvahy a hodnocení předmětné reklamy z hlediska svobody projevy) a věc vrátil žalovanému k dalšímu řízení (§ 78 odst. 4 s. ř. s.). K tomu soud upozorňuje, že pokud žalovaný vyhodnotí diskriminaci jednotlivců vykonávajících těžkou manuální práci a snižování společenského významu manuální práce tak, že nedosahují intenzity nezákonnosti, snižuje se oproti předchozímu posouzení věci žalovaným závažnost správního deliktu a takové hodnocení musí nalézt odraz v ukládané sankci.

K žalobcem navrhovanému zrušení rozhodnutí prvního stupně soud nepřistoupil, neboť má za to, že vytýkané vady lze zhojit v odvolacím řízení.

V dalším řízení je žalovaný vázán právním názorem vysloveným v tomto rozsudku (§ 78 odst. 5 s. ř. s.).

Výrok o náhradě nákladů řízení se opírá o § 60 odst. 1 s. ř. s. Žalobce měl ve věci úspěch, proto mu soud přiznal náhradu nákladů řízení. Tu představuje zaplacený soudní poplatek ve výši 2 000 Kč a náklady na zastoupení advokátem za dva úkony právní služby před 31. 12. 2012 [příprava a převzetí zastoupení, podání žaloby – § 11 odst. 1 písm. a) a d) vyhlášky č. 177/1996 Sb. (dále jen „advokátní tarif“), ve znění účinném do 31. 12. 2012] po 2 100 Kč [§ 7 bod 5 ve vazbě na § 9 odst. 3 písm. f) advokátního tarifu] a dále režijní paušál ve výši 2 x 300 Kč podle § 13 odst. 3 advokátního tarifu. Vzhledem k tomu, zástupce žalobkyně je plátcem daně z přidané hodnoty, odměna za zastoupení se zvyšuje o 20% z 4 800 Kč, tedy o 960 Kč. Dále náhrada za náklady na zastoupení advokátem náleží za dva

úkony právní služby po 1. 1. 2013 [účast na jednání před soudem, podání repliky ke kasační stížnosti – § 11 odst. 1 písm. d) a g) advokátního tarifu, ve znění od 1. 1. 2013], tedy dva úkony po 3 100 a dále režijní paušál ve výši 2 x 300 Kč. Daň z přidané hodnoty v tomto případě představuje 21 % z 6 800 Kč, tedy 1 428 Kč. Žalobci tak bude na náhradě nákladů zaplacená žalovaným celková částka 15 988 Kč.

Poučení: Proti tomuto rozhodnutí lze podat kasační stížnost jen tehdy, je-li jako důvod kasační stížnosti namítáno, že se soud neřídil závazným právním názorem Nejvyššího správního soudu. Kasační stížnost se podává ve lhůtě dvou týdnů ode dne doručení písemného vyhotovení rozhodnutí. Kasační stížnost se podává ve dvou (více) vyhotoveních u Nejvyššího správního soudu, se sídlem Moravské náměstí 6, Brno. O kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud.

Lhůta pro podání kasační stížnosti končí uplynutím dne, který se svým označením shoduje se dnem, který určil počátek lhůty (den doručení rozhodnutí). Připadne-li poslední den lhůty na sobotu, neděli nebo svátek, je posledním dnem lhůty nejblíže následující pracovní den. Zmeškání lhůty k podání kasační stížnosti nelze prominout.

V řízení o kasační stížnosti musí být stěžovatel zastoupen advokátem; to neplatí, má-li stěžovatel, jeho zaměstnanec nebo člen, který za něj jedná nebo jej zastupuje, vysokoškolské právnické vzdělání, které je podle zvláštních zákonů vyžadováno pro výkon advokacie.

Soudní poplatek za kasační stížnost vybírá Nejvyšší správní soud. Variabilní symbol pro zaplacení soudního poplatku na účet Nejvyššího správního soudu lze získat na jeho internetových stránkách: www.nssoud.cz.

V Praze dne 30. června 2014

JUDr. Ludmila Sandnerová, v.r.
předsedkyně senátu

Za správnost vyhotovení:
Jana Jeklová