

ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátu složeném z předsedkyně JUDr. Elišky Cihlářové a soudců JUDr. Jaroslava Hubáčka a JUDr. Karla Šimky v právní věci žalobkyně: **Česká televize**, se sídlem Na Hřebenech II, Praha 4 - Kavčí Hory, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Škrétova 44/6, Praha 2, v řízení o kasační stížnosti žalované proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 2. 4. 2009, č. j. 10 Ca 326/2008 – 35,

takto:

I. Kasační stížnost **se zamítá**.

II. Žádný z účastníků **nemá** právo na náhradu nákladů řízení.

Odůvodnění:

Městský soud v Praze rozsudkem ze dne 2. 4. 2009, č. j. 10 Ca 326/2008 – 35, zrušil rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „stěžovatelka“) ze dne 10. 9. 2008, sp. zn. 2008/943/vav/ČTV, kterým byla České televizi (dále jen „ČT“) uložena pokuta ve výši 100 000 Kč za nedodržení povinnosti stanovené v ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o vysílání“) pro vysílání reklam, teleshoppingu a sponzorovaných pořadů, jehož se ČT dopustila tím, že dne 20. 3. 2008 na programu ČT 1 premiérově odvysílala označení sponzora pořadu (HET, produkt Akryl lesk mat, mutace 2), které bylo neoddělenou reklamou. Městský soud v odůvodnění rozsudku uvedl, že při přezkoumání napadeného rozhodnutí shledal, že jeho výroková část neodpovídá řádnému vymezení skutku tak, aby nebyl zaměněn s jiným. Popis skutku není určitý, neboť z něj jednoznačně nevyplývá, zda je postihováno odvysílání právě a jen premiérové v uvedený den a hodinu, nebo i další odvysílání téhož spotu, když z podkladů pro rozhodnutí vyplývá, že uvedený spot byl odvysílán ještě ve dvou reprízách do konce měsíce března. Správné a úplné vymezení skutku má podstatný

význam z hlediska možnosti dalšího postihu, a to z důvodu dodržení zásady ne bis in idem, a rovněž při úvaze o výši ukládané sankce, kdy z odůvodnění rozhodnutí vyplývá, že rozsah, typ a dosah závadného vysílání byl hodnocen k zařazení spotu do vysílání „do konce měsíce března na programech České televize celkem 3 x“. Neurčitost výroku nese s sebou důsledek nepřezkoumatelnosti rozhodnutí pro nesrozumitelnost ve smyslu ust. § 76 odst. 1 písm. a) s. ř. s., neboť nelze konkrétně určit, zda je postih vyvozen za jedno odvysílání či vícero odvysílání, v jakém počtu a kdy. Protože stejně byl skutek popsán i v oznámení o zahájení řízení, trpí uvedenou neurčitostí celé řízení, byť ČT nezpochybňovala, že daný spot v uvedeném znění a čase odvysílala. Městský soud dále shledal důvodnou žalobní námitku, že předmětný spot dostál definici sponzorování podle ust. § 2 odst. 1 písm. s) zákona o vysílání. V této souvislosti městský soud uvedl, že obě strany sporu se dovolávají rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 75/2005 - 57, přičemž každá akcentuje tu část jeho odůvodnění, která z jejího úhlu pohledu je rozhodná pro posouzení, zda daný spot je reklamou nebo sponzorským vzkazem. Stěžovatelka v napadeném rozhodnutí dospěla k závěru, že předmětný spot je svým konečným vyzněním primárně určen k podpoře nákupu zboží výrobce a má reklamní charakter, protože celkové vyznění (spojení obrazové a hudební stránky) je propagační. Toto vyhodnocení ale není podle městského soudu dostatečné a navíc se s ním dílem neztotožnil. Způsob zpracování předmětného spotu je sice takový, že na obrazovku nabíhají fotografie, na nábytku je nápis HET a „sponzor pořadu“ a následují výrobky sponzora a slogan „je čas na změnu“, nicméně v tomto zpracování nelze spatřovat dynamiku v podobě zřejmého reklamního příběhu, v němž by byly výrobky sponzora přímo používány, vyzdvihována jejich kvalita či srovnání s jinými, zdůrazňován účinek nového nátěru apod. Sled fotografií s lavicí, okapem atd. spolu s plechovkami a zvukovým doprovodem dává divákovi informaci o sponzorovi pořadu, o tom, že jde o výrobce barev, o jeho výrobku a o tom, že jde o výrobky, jichž lze užít k běžným nátěrům. Ve spotu nejsou zdůrazňovány kvality výrobku, nejde ani o přímou nabídku zboží. Rovněž slogan jako určité slovní spojení charakterizující podnikatele či jeho výrobek lze použít ve sponzorském vzkazu. Je-li slogan „je čas na změnu“ zažitým sloganem spojeným s výrobcem HET, popř. s jeho opakovaným užíváním, vchází tento výrobce do povědomí veřejnosti, jeho prostřednictvím propaguje svoji firmu a samotná propagace výrobce je imanentní a nezakázanou součástí sponzorování. Městský soud tak nemohl přisvědčit ani závěru stěžovatelky, že „daný spot má reklamní charakter, protože jeho celkové vyznění je propagační“. K námitce, že citovaný slogan má sponzor pořadu registrován u Úřadu průmyslového vlastnictví, městský soud uvedl, že stěžovatelka tuto skutečnost v rámci řízení nezjišťovala, slogan pak hodnotila jako pobídkový až podbízivý. Je-li předmětný slogan takto chráněn, pak je legitimním užitím a s ohledem na funkce ochranné známky nelze dovodit oprávnění stěžovatelky posuzovat obsah a charakter ochranné známky či dokonce zkoumat, zda obsahuje reklamní prvky či nikoli. K tomu městský soud odkázal na rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 66/2005 – 65, a č. j. 7 As 62/2005 - 63 a ze dne 27. 6. 2007, č. j. 6 As 44/2006 - 76. Městský soud neshledal, že by spojení obrazové a zvukové složky jednoznačně tvořilo v komplexu reklamní spot. Daný spot má výraznou zvukovou stránku, délka spotu a použití statických obrázků nepředstavují způsob animace, který by tvořil reklamní příběh vybízející k nákupu výrobků. Žalobní námitku týkající se nepředložení smlouvy mezi ČT a sponzorem neshledal městský soud ve vztahu k dané věci za klíčovou pro posouzení zákonnosti rozhodnutí jako celku.

Proti tomuto rozsudku podala stěžovatelka v zákonné lhůtě kasační stížnost z důvodů uvedených v ust. § 103 odst. 1 písm. a) a d) s. ř. s., ve které namítala, že z výroku napadeného rozhodnutí podle jejího názoru jednoznačně vyplývá, že ČT byla sankcionována za odvysílání konkrétního označení sponzora, resp. reklamy, přičemž tato je nezaměnitelně identifikovaná popisem (názvem) dnem, časem a programem, kdy a kde byla premiérově vysílaná. Obsahuje-li rozhodnutí údaj o dalších dvou reprízách, pak se takové konstatování objevuje až v odůvodnění výše pokuty bez dalšího důsledku, resp. jako kritérium posouzení rozsahu a dosahu vysílání. Podstatné je, že z rozhodnutí vyplývá, jakou reklamou (jakým obsahem vysílání) došlo k porušení zákona. Městský soud nesprávně posoudil a napadl podobu výroku, zejména pokud nebylo o podobě reklamy žádných sporů. Je nezpochybnitelné, že výrok je v souladu jak se zákonem č. 500/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“), tak s názorem rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu vyjádřeným v usnesení ze dne 15. 1. 2008, č. j. 2 As 34/2006 - 73. Městský soud vycházel z rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 75/2005 - 57. Stěžovatelka v této souvislosti poukázala na to, že Nejvyšším správním soudem demonstrativně uvedené reklamní znaky, např. reklamní příběh, se stávají v soudní praxi jednoznačnými a taxativními znaky reklamy, které, pokud absentují, pak posuzovaný obsah vysílání není dle názoru městského soudu reklamou. Městský soud tak odmítá akceptovat i jiné znaky, které stěžovatelka považuje za reklamní. Městský soud sice citoval část předmětného rozsudku Nejvyššího správního soudu, avšak zcela ignoroval pokračování odůvodnění, ve kterém je uvedeno, že sponzorský vzkaz musí dále dostát všem pravidlům stanoveným v ust. § 53 a ust. § 48 odst. 1 až 3 zákona o vysílání. Stěžovatelka je přesvědčena, že městský soud se nevypořádal dostatečně s odůvodněním rozhodnutí, pokud aplikoval výňatek judikatury vytržený z kontextu, aniž by akceptoval jeho další pokračování a upřesnění. Stěžovatelka v napadeném rozhodnutí uvedla jasnou a zřetelnou úvahu, proč shledává obsah spotu za reklamu, že trvá na tom, že fotografie znázorňující výsledky užití výrobku, za podpory jejich dynamického sledu a energického hudebního doprovodu, mají reklamní dopad. Fotografie znázorňují, kde všude a s jakým efektem lze výrobek použít a jejich sledem je zdůrazňován účinek nového nátěru. Taková prezentace je reklamou. Stěžovatelka je přesvědčena, že v daném případě byl dostatečnou identifikací sponzora slovní a textový doprovod spotu. Doplnění spotu o fotografie a energický hudební doprovod ve svém celku spolu se slovním doprovodem vybízejí diváka ke „konzumaci“ výrobku, v daném případě k jeho koupi a použití. Shledal–li městský soud, že animace nevytváří reklamní příběh vybízející k nákupu, pak je třeba poukázat na to, že reklamní příběh není zákonným znakem reklamy. Stěžovatelka má rovněž za to, že městský soud nahradil její správní úvahu a na základě vlastní úvahy dospěl k závěru, že označení sponzora není reklamou. Dochází tedy ke střetu dvou názorů, dvou úvah, které obě vycházejí ze stejných podkladů a stejné právní úpravy. Městský soud pochybil, pokud zavázal stěžovatelku v dalším řízení vlastní úvahou o podobě označení sponzora. Z napadeného rozsudku tak není, s výjimkou „neurčitosti výroku“, která však nebyla žalobní námitkou, zřejmé, v čem stěžovatelka pochybila, resp. zda bylo napadené rozhodnutí shledáno nezákonné či zda bylo zrušeno pro vady řízení, ev. zda překročila zákonem stanovené meze správního uvážení. V napadeném rozsudku pak zcela absentuje odůvodnění, v čem bylo rozhodnutí shledáno nezákonným nebo v čem byly shledány vady řízení, ev. v čem a čím stěžovatelka překročila stanovenou mez správního uvážení či zda ji dokonce nezneužila. Pokud městský soud shledal vyhodnocení spotu nedostatečným, pak

z jeho odůvodnění není zřejmé, v jaké části a z jakého důvodu. Napadený rozsudek je tak nesrozumitelný a nepřezkoumatelný. S odkazem na shora uvedené stěžovatelka navrhla zrušení napadeného rozsudku a vrácení věci městskému soudu k dalšímu řízení.

ČT ve vyjádření ke kasační stížnosti uvedla, že se neztotožňuje se závěrem, že městský soud ve své rozhodovací praxi neakceptuje i jiné znaky, které jsou stěžovatelkou považovány za reklamní a že napadený rozsudek je nesrozumitelný. Z napadeného rozsudku je zjevné, že městský soud zkoumal a hodnotil předmětný sponzorský vzkaz jako celek po obrazové i zvukové stránce ve všech návaznostech. Zvažoval–li při hodnocení obsahu spotu všechny základní atributy, které by mohly svědčit názoru, že vykazuje znaky reklamního sdělení s tím, že zároveň bral v úvahu i judikaturu Nejvyššího správního soudu, pak nutně musel postupovat správně, pokud se zabýval otázkou, zda spot zdůrazňuje kvality prezentovaného výrobku, srovnává tento výrobek s jinými výrobky či obsahuje reklamní příběh. Jestliže dospěl k závěru, že tyto výrazné reklamní atributy chybí, pak nemohl jinak než uzavřít, že se o reklamu nejednalo. Stěžovatelka má snahu sama stanovit, resp. omezit, hranice kreativity a způsoby zpracování spotu. Nelze totiž kategoricky konstatovat neadekvátnost a nadbytečnost jistých atributů vzkazu a z toho automaticky dovozovat jejich nepřípustnost. Nelze tvrdit, že městský soud nahradil správní uvážení stěžovatelky. V této souvislosti ČT zdůraznila, že tentýž sponzor se ve vysílání prezentoval ještě v rámci dalších dvou sponzorských vzkazů. Oba tyto vzkazy byly založeny na obdobném principu, resp. způsobu zpracování. ČT je přesvědčena, že i tuto skutečnost lze komplexně chápat jako již zavedenou formu zpracování, kterou divák ve spojení s tímto konkrétním sponzorem vnímá a která jej charakterizuje. Sponzor jako takový se v důsledku těchto atributů vzkazu nutně musí divákovi podvědomě vybavit. I toto svědčí pojetí budování goodwillu, tedy určitého spojení a nezaměnitelnosti se sponzorem a i v tomto smyslu je dobrá pověst nesporně chápána také Nejvyšším správním soudem. Pokud si divák vybaví sponzora, např. díky energickému hudebnímu motivu, jde o způsob kreativního přístupu, jak se zapsat do povědomí diváka jako sponzor všemi přípustnými prvky a budovat tak svoji nezaměnitelnou podobu v rámci goodwillu. Jde o obdobnou situaci jako když sponzor volí pro svoji prezentaci např. konkrétního maskota. ČT dále poukázala na rozsudky městského soudu ze dne 13. 3. 2009, č. j. 9 Ca 430/2008 – 41, a ze dne 2. 6. 2009, č. j. 8 Ca 461/2008 - 36, ve kterých městský soud rozhodl ve prospěch ČT.

Nejvyšší správní soud přezkoumal napadený rozsudek v souladu s ust. § 109 odst. 2 a 3 s. ř. s., vázán rozsahem a důvody, které uplatnila stěžovatelka v podané kasační stížnosti, a přitom sám neshledal vady uvedené v odstavci 3, k nimž by musel přihlédnout z úřední povinnosti.

Nejvyšší správní soud se nejprve zabýval námitkou nepřezkoumatelnosti napadeného rozsudku. Nelze přehlédnout, že stěžovatelka tuto vadu namítala pouze ze zcela obecných důvodů. Uvádí–li stěžovatelka, že v napadeném rozsudku absentují důvody nezákonnosti správního rozhodnutí nebo uvedení toho, v čem byly shledány vady řízení, nelze jí dát za pravdu. Z napadeného rozsudku je totiž podle Nejvyššího správního soudu jednoznačně seznatelné, že městský soud zrušil správní rozhodnutí jednak proto, že jeho výrok byl neurčitý, a dále proto, že stěžovatelka nesprávně posoudila otázku, jednalo-li se v případě předmětného spotu o reklamu ve smyslu zákona o vysílání. Obsahuje–li

napadený rozsudek některé ne zcela přesné formulace (např. věta, že městský soud neshledal vyhodnocení provedené v napadeném rozhodnutí dostatečným), jedná se pouze o dílčí formulační nedostatky, které však nemají vliv na jeho zákonnost. Stížní námitka nepřezkoumatelnosti je proto nedůvodná.

Jedním z důvodů, pro které městský soud napadené rozhodnutí zrušil, byla neurčitost výroku spočívající v nedostatečném vymezení skutku tak, aby nebyl zaměněn s jiným. Stěžovatelka v této souvislosti v kasační stížnosti poukázala na to, že tato vada výroku správního rozhodnutí nebyla namítána v žalobě.

Otázkou specifikace skutku ve výroku rozhodnutí o jiném správním deliktu se již zabýval rozšířený senát Nejvyššího správního soudu v usnesení ze dne 15. 1. 2008, č. j. 2 As 34/2006 - 73 (publikováno pod č. 1546/2008 Sb. NSS) ve kterém dospěl k závěru, že „*Výrok rozhodnutí o jiném správním deliktu musí obsahovat popis skutku uvedením místa, času a způsobu spáchání, popřípadě i uvedením jiných skutečností, jichž je třeba k tomu, aby nemohl být zaměněn s jiným.*“, dále vyslovil, že „*Neuvede-li správní orgán takové náležitosti do výroku svého rozhodnutí, podstatně poruší ustanovení o řízení [§ 76 odst. 1 písm. c) s. ř. s].*“ a také shledal, že „*Zjistí-li soud k námitce účastníka řízení existenci této vady, správní rozhodnutí z tohoto důvodu zruší.*“ V odůvodnění tohoto usnesení rozšířený senát k otázce důsledků opomenutí specifikace skutku ve výroku rozhodnutí vyjádřil souhlas s právním názorem vysloveným v rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 23. 2. 2005, č. j. 3 Ads 21/2004 – 55, ve kterém byl nedostatek této specifikace označen za nezákonnost ve smyslu ust. § 76 odst. 1 písm. c) s. ř. s. a nikoliv za nepřezkoumatelnost pro nesrozumitelnost ve smyslu ust. § 76 odst. 1 písm. a) s. ř. s. Rozšířený senát v této souvislosti dále uvedl, že „*Nepřezkoumatelným pro nesrozumitelnost by bylo jen rozhodnutí neobsahující specifikaci skutku ani ve výroku ani v odůvodnění, případně za přistoupení jiných vad. Neuvede-li správní orgán náležitosti, jimiž je skutek dostatečně a nezaměnitelně identifikován, do výroku svého rozhodnutí, podstatně poruší ustanovení o řízení [§ 76 odst. 1 písm. c) s. ř. s].*“ K otázce, zda je taková nezákonnost důvodem ke zrušení správního rozhodnutí z moci úřední či zda se tak může stát jen k námitce žalobce, pak rozšířený senát uvedl, že „*Ustanovení § 76 odst. 1 s. ř. s. upravuje postup soudu v případech, kdy soud může rozhodnutí zrušit i bez nařízení jednání - z toho lze dovodit jen to, že případy tam uvedené jsou důvodem ke zrušení správního rozhodnutí. Výslovně předpokládá postup z moci úřední - tj. bez návrhu - pouze v případě nicotnosti rozhodnutí, kterou lze vyslovit podle odst. 2 cit. ustanovení. Z povahy vady pak postup z moci úřední přichází v úvahu i u vad spočívajících v nepřezkoumatelnosti podle § 76 odst. 1 písm. a) s. ř. s., a to proto, že nepřezkoumatelnost brání zpravidla věcnému přezkumu a posouzení důvodnosti žalobních námitek. U vad podřazených pod ust. § 103 odst. 1 písm. b) s. ř. s. se jedná o vady skutkového stavu - v daném případě tedy jeho užití nepřichází v úvahu. Ustanovení § 76 odst. 1 písm. c) s. ř. s. umožňuje zrušení rozhodnutí správního orgánu bez jednání v případě, že došlo k podstatnému porušení ustanovení o řízení před správním orgánem, mohlo-li mít za následek nezákonné rozhodnutí o věci, což je posuzovaný případ nedostatků identifikace skutku v rozhodnutí o jiném správním deliktu. Jde o nezákonnost, k níž přihlíží soud jen k námitce, jak již dříve vyslovil rozšířený senát v rozsudku ze dne 23. 10. 2007, sp. zn. 9 Afs 86/2007 (dostupný na www.nssoud.cz). Nelze opomíjet, že správní soudnictví stojí na zásadě dispoziční, pokud z ní zákon výslovně nestanoví výjimky. V případě nezákonnosti podle § 76 odst. 1 písm. c) s. ř. s. tomu však tak není. Na tom nic nemění ani ustanovení § 76 odst. 3 s. ř. s. dávající možnost zrušení rozhodnutí (případně*

vyslovení nicotnosti) z důvodů uvedených v odstavcích 1 a 2 v případě, že tyto vady vyjdou najevo až při jednání. Pojem „vyjití najevo" je totiž třeba rovněž vykládat ve vztahu k dispoziční zásadě - tedy, že vyjít najevo mohou jen skutečnosti, které nemohly být obsahem žaloby..."

Nejvyšší správní soud nenalezl důvod, proč by se měl odchýlit od závěrů vyslovených rozšířeným senátem, které lze plně aplikovat i na danou věc. ČT v žalobě, ani v dalším průběhu řízení před městským soudem nevznesla námitku týkající se nepřesného či neurčitého vymezení skutku, za nějž jí byla uložena pokuta. Pro takovou vadu lze přitom správní rozhodnutí zrušit pouze k řádně uplatněné námitce. Městský soud proto pochybil, pokud se touto otázkou nad rámec žalobních bodů zabýval a pokud byl tento důvod jedním z důvodů pro zrušení napadeného rozhodnutí. Vzhledem k tomuto závěru se již Nejvyšší správní soud nezabýval stížní námitkou věcně, tzn. nezkoumal, zda výrok správního rozhodnutí byl jednoznačný a zda městský soud tuto otázku posoudil nesprávně.

Stěžovatelka dále namítala, že městský soud aplikoval výňatek z rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 75/2005 - 57, přičemž ignoroval jeho pokračování. V této souvislosti výslovně poukázala na část odůvodnění citovaného rozsudku, ve které se uvádí, že „sponzorský vzkaz musí dostát všem pravidlům stanoveným v ust. § 53 zákona o vysílání a rovněž v ust. § 48 odst. 1 až 3 citovaného zákona." Citovaná ustanovení upravují celou řadu povinností provozovatelů vysílání při vysílání reklamy, teleshoppingu a sponzorovaných pořadů. V daném případě však stěžovatelka uložila ČT pokutu za porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání a nikoliv za nedodržení některého z citovaných ustanovení. Městský soud tak neměl žádný racionální důvod se otázkou možného porušení uvedených ustanovení jakkoliv zabývat, a pokud mu stěžovatelka nyní v kasační stížnosti vytýká, že tak neučinil, je tato její argumentace naprosto bezpředmětná.

Poukázala–li stěžovatelka na to, že Nejvyšším správním soudem demonstrativně uvedené reklamní znaky se v soudní praxi stávají jednoznačnými a taxativními znaky reklamy, např. reklamní příběh, jedná se o její subjektivní názor, který Nejvyšší správní soud nesdílí. Hranice toho, co je možné považovat za reklamu a co již reklamou není, je mnohdy nezřetelná a v obecné rovině ji nelze striktně vymezit. K výkladu ustanovení zákona o vysílání, která upravují vysílání reklam, teleshoppingu a sponzorovaných pořadů, již existuje bohatá judikatura správních soudů. Pokud pak z této judikatury vyplývají určitá kritéria, která mohou jak stěžovatelce, tak i správním soudům pomoci při posuzování otázky, zda určitý spot či část vysílání je či není reklamou, nelze tato kritéria považovat za další „taxativní" požadavky stanovené nad rámec zákona, jak tvrdí stěžovatelka, ale jde o vodítka usnadňující rozhodujícím orgánům interpretaci zákona. Městskému soudu tedy nelze vytýkat, že v napadeném rozsudku z těchto kritérií vycházel a že mimo jiné čerpal i z judikatury Nejvyššího správního soudu. Naopak je třeba takový postup považovat za žádoucí.

Dále stěžovatelka v kasační stížnosti městskému soudu vytýkala, že její správní úvahu nahradil vlastním hodnocením věci. Z důvodů dále uvedených však Nejvyšší správní soud neshledal tuto stížní námitku důvodnou.

V případě uložení pokuty za správní delikt podle ust. § 60 odst. 1 písm. l) zákona o vysílání se jedná o typický příklad správního trestání. Přezkoumává-li soud rozhodnutí vydané v rámci správního trestání, postupuje v několika krocích. Nejprve se k žalobní námitce zabývá tím, zda se žalobce skutečně dopustil skutku, který je mu vytýkán, zda je takový skutek správním deliktem a zda jej správní orgán správně kvalifikoval. Poté zkoumá, zda byl žalobci uložen trest stanovený pro daný správní delikt zákonem a konečně hodnotí, zda správní orgán při uložení trestu přihlédl ke všem zákonným kritériím a zda nepřekročil meze správního uvážení (srovnej rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 27. 9. 2007, č. j. 8 As 17/2006 - 78, dostupný na www.nssoud.cz).

Předpokladem pro uložení pokuty podle ust. § 60 odst. 1 písm. l) zákona o vysílání je, že provozovatel vysílání porušil povinnosti stanovené pro vysílání reklam, teleshoppingu a sponzorovaných pořadů. Rozhodnout na základě správního uvážení lze pouze v těch případech, kdy toto oprávnění zákon správním orgánům přiznává, a to jen způsobem a v mezích stanovených zákonem. Naopak v případech, kdy právní norma jednoznačně stanoví, jakým způsobem má správní orgán za splnění určitých podmínek rozhodnout, diskreční pravomoc použít nelze. To, zda byly v daném případě naplněny podmínky pro uložení pokuty podle citovaného ustanovení pak záviselo především na posouzení otázky, zda byl předmětný spot neoddělenou reklamou či nikoliv. Při hodnocení této klíčové otázky se však nejednalo o správní uvážení tak, jak je vymezeno právní teorií i judikaturou. Stěžovatelka totiž ve správním řízení zjistila skutkový stav a poté věc posoudila po právní stránce, tj. subsumovala zjištěný skutkový stav pod, podle jejího názoru, relevantní právní normy. Hodnocení skutkového zjištění a právní hodnocení pak uvedla v odůvodnění svého rozhodnutí. Správnost těchto úvah a to, zda stěžovatelka aplikovala právní normy na posuzovanou věc skutečně dopadající, může být nepochybně předmětem soudního přezkumu. Z výše uvedených důvodů nelze na daný případ uplatnit omezení soudního přezkumu vztahující se na rozhodnutí vydaná na základě diskreční pravomoci správního orgánu, a to s jedinou výjimkou týkající se výše uložené pokuty. To však v žalobě nebylo zpochybněno.

Dále je nutné zdůraznit, že ust. § 2 odst. 1 písm. n) zákona o vysílání výslovně definuje, co se pro účely tohoto zákona rozumí reklamou. V daném případě se proto nejednalo ani o interpretaci neurčitého právního pojmu, při níž má příslušný správní orgán výlučnou pravomoc dotvářet právo, přičemž soudu nepřísluší jeho činnost nahrazovat, tzn. provádět vlastní hodnocení a činit závěry, zda předmětné jednání naplnilo či nenaplnilo neurčitý právní pojem. Tím by totiž nepřípustným způsobem zasáhl do činnosti správního orgánu (viz např. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 22. 3. 2007, č. j. 7 As 78/2005 – 62, www.nssoud.cz).

Městský soud tedy nepřezkoumával správní uvážení stěžovatelky ani výklad neurčitého právního pojmu, ale zabýval se její interpretací právních norem a tím, zda zjištěný skutkový stav pod tyto normy správně subsumovala. Z odůvodnění napadeného rozsudku je zřejmé, že se s právním hodnocením stěžovatelky neztotožnil a na základě vlastního právního hodnocení skutkových zjištění dospěl k závěru, že předmětný spot nebyl reklamou. Tento postup však nelze považovat za nezákonný, neboť městský soud důsledně vycházel z důvodů, které uvedla stěžovatelka ve svém rozhodnutí, shledal její

argumentaci nesprávnou a vlastní argumentací, která se však vztahovala k důvodům správního rozhodnutí, svůj závěr o povaze předmětného spotu odůvodnil. Přitom důsledně postupoval v souladu s ust. § 75 odst. 2 s. ř. s.

Stěžovatelka rovněž setrvala na svém právním názoru, že předmětný spot byl reklamou ve smyslu zákona o vysílání. Pokud v této souvislosti uvedla, že identifikace sponzora byla v daném případě dostatečně zabezpečena slovním a textovým doprovodem spotu a že sled fotografií byl pro identifikaci sponzora pořadu nadbytečný a neadekvátní, je nutno poukázat na to, že se tato argumentace neshoduje s tím, jak stěžovatelka spot vyhodnotila ve správním rozhodnutí, kde ve vztahu ke použitému sloganu uvedla, že *„slogan „je čas na změnu“ evokuje u diváka pocit, že by měl uvedené barvy zkusit, že jsou nové či lepší než dosud užívaná barviva. Použité heslo je pobídkové, až podbízivé.“* V kasační stížnosti již tedy použitý slogan nepovažuje za další argument pro svůj závěr, že předmětný spot byl reklamou, ale naopak připouští, že slogan měl sloužit k označení sponzora pořadu v souladu se zákonem. Se stěžovatelkou sice lze souhlasit v tom, že doplnění spotu o fotografie a hudební doprovod nijak nepřispělo k řádnému označení sponzora, avšak i sponzorský vzkaz, aby vůbec mohl plnit svůj účel, musí se snažit diváka zaujmout. Použití hudby, fotografií či filmové sekvence proto nelze a priori vyloučit, a vždy je nutno zvažovat, jaký dopad má užití těchto prostředků na celkové vyznění spotu. V daném případě dospěl Nejvyšší správní soud ke stejnému závěru jako městský soud, tj. že v případě předmětného spotu se nejednalo o reklamu ve smyslu zákona o vysílání. Za rozhodující argumenty pro tento závěr Nejvyšší správní soud ve shodě s městským soudem považuje to, že v předmětném spotu nebyly výrobky sponzora přímo používány, nebyla vyzdvihována jejich kvalita a nedocházelo ani ke srovnání s konkurenčními výrobky. Tuto argumentaci ostatně stěžovatelka v kasační stížnosti ani nezpochybnila.

Vzhledem k tomu, že podstatu věci, tj. otázku, zda předmětný spot byl či nebyl reklamou, posoudil městský soud správně, nebylo nutné napadený rozsudek rušit jen z toho důvodu, že se chybně, nad rámec žalobních bodů, zabýval otázkou určitosti výroku správního rozhodnutí. Pokud by totiž Nejvyšší správní soud pouze z tohoto důvodu napadený rozsudek zrušil, jednalo by se o čistě formální postup, neboť v meritu věci by městský soud, vázán právním názorem Nejvyššího správní soudu, musel v novém rozhodnutí věcně rozhodnout stejně.

Ze všech důvodů výše uvedených není napadený rozsudek nezákonný, a proto Nejvyšší správní soud podle ust. § 110 odst. 1 věta druhá s. ř. s. kasační stížnost zamítl. Ve věci rozhodl v souladu s ust. § 109 odst. 1 s. ř. s., podle něhož rozhoduje o kasační stížnosti zpravidla bez jednání, neboť neshledal důvody pro jeho nařízení.

Výrok o náhradě nákladů řízení se opírá o ust. § 60 odst. 1 věta první ve spojení s § 120 s. ř. s., podle kterého, nestanoví - li tento zákon jinak, má účastník, který měl ve věci plný úspěch právo na náhradu nákladů řízení před soudem, které důvodně vynaložil proti účastníkovi, který ve věci úspěch neměl. Nejvyšší správní soud žádnému z účastníků náhradu nákladů nepřiznal, protože stěžovatelka v řízení úspěch neměla a ČT žádné náklady s tímto řízením nevznikly.

P o u č e n í : Proti tomuto rozsudku **n e j s o u** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 18. února 2010

JUDr. Eliška Cihlářová
předsedkyně
senátu