

ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátu složeném z předsedy JUDr. Jana Passera a soudců JUDr. Michala Mazance a Mgr. Davida Hipšra v právní věci žalobkyně: **CET 21 spol. s r. o.**, se sídlem Kříženeckého nám. 1078/5, Praha 5, zastoupené JUDr. Petrem Kotrlíkem, advokátem se sídlem Jungmannova 31, Praha 1, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Škrétova 44/6, Praha 2, proti rozhodnutí žalované ze dne 20. 10. 2009, sp. zn. 2009/809/LOJ/CET, čj. LOJ/102/2009, o kasační stížnosti žalobkyně proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 2. 3. 2011, čj. 7 A 93/2010 - 39,

takto:

Rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 2. 3. 2011, čj. 7 A 93/2010 - 39, **se zrušuje** a věc **se vrací** tomuto soudu k dalšímu řízení.

Odůvodnění:

I.

1. Žalovaná uložila žalobkyni rozhodnutím ze dne 20. 10. 2009, sp. zn. 2009/809/LOJ/CET, čj. LOJ/102/2009, pokutu ve výši 50 000 Kč, pro porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o vysílání“), kterého se žalobkyně dopustila tím, že dne 5. 5. 2009 ve 20:10 hodin na programu NOVA označila sponzora pořadu - Nurofen, produkt Rapid capsules, způsobem obsahujícím reklamní prvky. Tím žalobkyně porušila povinnost zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné a u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově – obrazově oddělené od ostatních částí programu.

II.

2. Žalobkyně napadla rozhodnutí žalované žalobou u Městského soudu v Praze, který ji rozsudkem ze dne 2. 3. 2011, čj. 7 A 93/2010 - 39, zamítl.

3. Městský soud úvodem konstatoval, že ustanovení, podle kterého žalovaná uložila sankci, nebylo uvedeno přímo ve výroku rozhodnutí, ale bylo označeno v záhlaví, které lze v širším slova smyslu považovat za součást výrokové části rozhodnutí. Soud tedy vytkl žalované nesprávné umístění odkazu na příslušné ustanovení, které však podle jeho názoru nemělo vliv na postavení žalobkyně, neboť jí bylo zřejmé, podle kterého ustanovení jí byla pokuta uložena. Jelikož z takto vymezené výrokové části bylo zjevné, jakou povinnost žalobkyně porušila a v čem spočívalo její deliktní jednání, městský soud neshledal důvodnou žalobní námitku nepřezkoumatelnosti, resp. nezákonnosti napadeného rozhodnutí.

4. S odkazem na judikaturu Nejvyššího správního soudu městský soud vyslovil, že odlišujícím prvkem mezi sponzorováním a reklamou je účel daných institutů. V případě sponzorování je základním cílem vytvoření dobrého jména, pověsti osob či jejich výrobků. Pokud by tedy sponzorský vzkaz vybízel ke koupi výrobku či obsahoval tzv. přesvědčovací proces, jednalo by se o reklamu. Ve vztahu k posuzované věci městský soud podotkl, že „*skutečným účelem sponzorského vzkazu není vytvoření tzv. goodwill, ale pouze využití dalšího možného reklamního prostoru.*“ Dále pak uvedl rozsáhlou citaci z rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 14. 4. 2010, čj. 7 As 80/2009 - 96, č. 2221/2011 Sb. NSS, týkající se vymezení kritérií pro hodnocení účelu vysílaného spotu. K tomu doplnil, že pokud spot není zpracován jako pouhé představení produktu za účelem vytvoření představy o osobě sponzora, jeho výrobcích či službách, nýbrž obsahuje i další prvky, které ve svém celkovém vyznění mohou na diváka působit jako pobídka ke koupi, může takový spot plnit reklamní účel. Městský soud vzal v úvahu zpracování spotu v jeho jednotlivých prvcích a následně i v jeho komplexním vyznění, a dospěl k závěru, že způsob představení daného produktu šel nad rámec účelu a smyslu sponzorování. Vzhledem k dynamice zpracování, reklamnímu příběhu a zmiňování kvality totiž dle jeho názoru obsahoval nepřípustný přesvědčovací prvek, jenž vybízel diváka ke koupi výrobku.

5. Městský soud nepřisvědčil žalobní námitce, že žalovaná hodnotila obrazovou a zvukovou část předmětného spotu zcela izolovaně. Dále poznamenal, že z upozornění na použití léku a z výzvy k přečtení příbalové informace žalovaná nedovodila žádné závěry. Skutečnost, že žalovaná při popisu spotu použila slovo „bleskově“, pak nevedla k posouzení jednání žalobkyně jako deliktu, ani neměla vliv na výši sankce. Dynamika spotu nebyla podle městského soudu bez významu, nýbrž právě naopak umocnila obsah sdělení o povaze produktu. Spotem byla navíc vyzdvihována kvalita předmětného výrobku. Reklamní příběh, dynamika grafického zpracování spolu s hlasovým doprovodem tedy založily reklamnost spotu.

6. Žalobní tvrzení, že žalovaná při posuzování některých kritérií pro stanovení výše pokuty nevyvodila žádné či pouze obecné závěry, městský soud označil za obecný žalobní bod, který je způsobilý soudního přezkumu pouze v obecném rozsahu. Z tohoto důvodu konstatoval, že žalovaná posuzovala věc z hlediska zákonných kritérií, které specifikovala a aplikovala na zjištěný skutkový stav. Podle názoru městského soudu nemá správní úřad povinnost výslovně uvést, jaké hledisko bylo pro určení sankce klíčové. Záleží přitom na

konkrétním případě a rozsahu zákonných kritérií, zda vůbec některé hledisko takovou roli mělo. Pokud z odůvodnění rozhodnutí žalované není zcela zřejmá váha jednotlivých kritérií, městský soud dovodil, že byla stejná. Dále poznamenal, že vysoký podíl sledovanosti vysílání žalobkyně je notorietou, a že zjišťování konkrétní výše sledovanosti by bylo nad rámec účelu správního řízení. Závěrem doplnil, že kritéria pro stanovení pokuty se mohou vzhledem k povaze některých deliktů vzájemně překrývat. Přestože žalovaná nad rámec kritéria povahy programu hodnotila také dosah vysílání, nemělo to podle městského soudu žádný vliv na zákonnost jejího rozhodnutí.

7. Městský soud nepřihlédl k žalobní námitce, že žalovaná neupozornila žalobkyni na protiprávní jednání dle § 59 zákona o vysílání, neboť žalobkyně uplatnila tento žalobní bod až po lhůtě stanovené v § 72 odst. 1 s. ř. s. Navíc dodal, že žalobkyně netvrdila nezákonnost rozhodnutí žalované z důvodu neexistence takového upozornění.

III.

8. Žalobkyně (stěžovatelka) brojila proti rozsudku městského soudu kasační stížností z důvodů podle § 103 odst. 1 písm. a) a d) s. ř. s.

9. Stěžovatelka namítla, že v průběhu jednání před městským soudem poukázala na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 10. 11. 2010, čj. 3 As 12/2010 - 68, dle kterého je nutné, aby byl provozovatel vysílání upozorněn na porušení povinnosti dle § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání vždy, tedy ve vztahu ke každému konkrétnímu sponzorskému vzkazu. Postup městského soudu, který se tímto pochybením žalované odmítl zabývat a námitku žalobkyně označil pouze za další žalobní bod, pokládala žalobkyně za chybný a v rozporu s principem právní jistoty a předvídatelnosti soudního rozhodování. Tvrdila, že soudy musejí vždy zohlednit právní názor nadřízeného soudu. Rovněž připomněla § 76 odst. 3 s. ř. s. a související judikaturu Nejvyššího správního soudu, podle které soud napadené správní rozhodnutí zruší či vysloví jeho nicotnost i v případě, že jisté vady vyjdou najevo až při jednání, pokud zjištěné skutečnosti nebyly nebo nemohly být známy žalobci před podáním žaloby či pokud došlo k tzv. judikaturnímu odklonu. V této souvislosti stěžovatelka vyslovila, že koncentrace řízení se vztahuje na žalobní body, nikoliv na důkazy, a že při předložení daného rozhodnutí Nejvyššího správního soudu poukázala na nemožnost odkázat na něj v žalobě. Odůvodnění městského soudu týkající se problematiky upozornění na protiprávní jednání je navíc podle stěžovatelky zcela nepřezkoumatelné pro nesrozumitelnost.

10. Městský soud podle stěžovatelky nesprávně posoudil sponzorský vzkaz jako reklamu. Namítla, že se soud náležitě nezabýval její argumentací, mechanicky převzal nesprávná skutková zjištění žalované a dovodil chybné závěry. Z rozhodovací praxe Nejvyššího správního soudu i z odborné literatury stěžovatelce vyplynulo, že základním účelem sponzorského vzkazu je vytvoření dobrého jména a pověsti osoby či jejich výrobků, tedy tzv. *goodwill*. Městský soud však chybně konstatoval, že skutečným účelem sponzorského vzkazu není vytvoření *goodwill*, nýbrž využití dalšího možného reklamního prostoru. Při hodnocení, zda předmětný sponzorský vzkaz je reklamou, se soud dle názoru stěžovatelky „*řídil zcela chybnou premisou, a to, že účelem sponzorského vzkazu je ‚de facto' obcházení zákona, když jej stěžovatel využívá místo reklamy.*“ Tato skutečnost přitom nebyla

v řízení prokázána. Domněnku soudu o shodné ceně za reklamní čas a za sponzorský vzkaz pak stěžovatelka označila za nepravdivou, neprokázanou a neodůvodněnou.

11. Stěžovatelka tvrdila, že jediným účelem předmětného sponzorského vzkazu bylo upozornit spotřebitele na existenci konkrétního výrobku. Povaha, dynamika sdělení ani užité výrazové prostředky přitom nesměřovaly k žádnému jinému cíli. S odkazem na ustálenou judikaturu Nejvyššího správního soudu stěžovatelka zdůraznila, že právní úprava nevylučuje, aby sponzorský vzkaz obsahoval reklamní rysy a reklamní sdělení. Podle stěžovatelky proto neobstojí závěr městského soudu, že pouze uvedení výrobce či výrobku bez dalších grafických, zvukových doprovodů by vyjádřilo podporu dobrého jména. Dále stěžovatelka konstatovala, že z předmětného spotu nelze přímo dovodit výzvu ke koupi produktu, neboť neobsahuje žádný přesvědčovací proces, žádné jednoznačné reklamní sdělení, a má čistě informativní charakter. Navíc postrádá reklamní příběh, neboť pouze ilustruje základní funkci výrobku, aniž by směřoval k jeho prodeji. Závěrem stěžovatelka vytkla městskému soudu, že posuzoval spot především s přihlédnutím k jeho zvukové stránce, a že převzal tvrzení žalované ohledně jeho údajné dynamičnosti, aniž by zohlednil jeho celkově strohé vyznění.

12. Ve vztahu ke sloganu užitému ve spotu stěžovatelka odkázala na rozhodnutí Nejvyššího správního soudu s tím, že na jeho základě logicky očekávala, že podnikatel bude chtít svůj výrobek spojit s konkrétním slovním spojením, které by jeho produkt co nejlépe charakterizovalo. V posuzované věci je slovní spojení „*Nurofen Rapid - rychlejší úleva od bolesti*“ v souladu se stávající judikaturou, a je třeba jej chápat jako reklamní sdělení, jež může tvořit běžnou součást sponzorského spotu. Podle stěžovatelky tím nedochází ani k nepřiměřenému zdůrazňování kvalit výrobku a je poukazováno jen na to, že bolest odezní dříve, než kdyby produkt nebyl aplikován. Nadto je charakteristika rychlejší úlevy od bolesti patrná již z názvu výrobku.

13. Dále stěžovatelka namítla, že při posuzování rozdílů mezi reklamou a sponzorováním je třeba v souladu s judikaturou Nejvyššího správního soudu zohlednit, zda je možné diváka daným spotem vůbec ovlivnit. Tato možnost je determinována délkou spotu a předmětný vzkaz trval méně než 10 vteřin, proto nemohl mít na diváka reálný efekt spočívající v přesvědčování o koupi produktu.

14. Stěžovatelka rovněž vytkla městskému soudu, že se dostatečně nevypořádal s vadou ve výroku rozhodnutí žalované. Tím, že zde nebylo uvedeno ustanovení, podle kterého bylo rozhodováno, došlo k porušení § 68 odst. 2 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“). Jediným přípustným následkem takového porušení je nezákonnost daného rozhodnutí, které měl soud již z tohoto důvodu zrušit.

15. Odůvodnění městského soudu, které se týkalo uvedení váhy jednotlivých hledisek pro stanovení výše pokuty, označila stěžovatelka za nepřezkoumatelné. Podle jejího názoru byla úvaha soudu subjektivní, nepodložená a zcela mylná, neboť rovnost kritérií nelze odůvodnit tím, že jejich váha nebyla konkretizována.

16. Dále stěžovatelka spatřila pochybení městského soudu v tom, že i kdyby byl spot posouzen jako reklama, nemohlo se jednat o porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání. Předmětný spot byl totiž zvukově a obrazově oddělen jak před, tak i po jeho odvysílání. Podle stěžovatelky se však tímto soud nezabýval a svůj postup ani neodůvodnil.

17. Konečně stěžovatelka poukázala na skutečnost, že jí městský soud v rozporu s § 106 odst. 3 s. ř. s. stanovil na doplnění kasační stížnosti lhůtu pouze 10 dnů od doručení předmětné výzvy. V důsledku toho mohlo být porušeno její ústavně zaručené právo na spravedlivý proces.

IV.

18. Žalovaná navrhla zamítnutí kasační stížnosti. Uvedla, že rozhodnutí Nejvyššího správního soudu čj. 3 As 12/2010 - 68 bylo zpochybněno postoupením předmětné právní otázky k rozhodnutí rozšířenému senátu. Postup městského soudu, který respektoval zásadu koncentrace řízení, žalovaná považovala za zákonné. Jeho pochybení neshledala ani v tom, že v řízení nebyly dokazovány skutečnosti známé z úřední činnosti. Podle názoru žalované se stěžovatelka mýlila, pokud považovala za důkaz přesvědčovacího procesu výhradně přímou výzvu k nákupu nebo pokud odvozovala reklamnost sdělení z délky daného spotu. Dále žalovaná poukázala na nesrozumitelnost a nelogičnost argumentace ohledně nutnosti hodnotit předmětné obchodní sdělení jako celek. Městskému soudu přitakala, že výroková část jejího rozhodnutí byla úplná. Závěrem podotkla, že se soud s žalobními námitkami ohledně sankčních kritérií vypořádal srozumitelně, a že požadavek na uvedení váhy jednotlivých hledisek není podložen zákonnou úpravou.

V.

19. Nejvyšší správní soud posoudil důvodnost kasační stížnosti v mezích jejího rozsahu a uplatněných důvodů a zkoumal přitom, zda napadené rozhodnutí netrpí vadami, k nimž by musel přihlédnout z úřední povinnosti (§ 109 odst. 2, 3 s. ř. s.).

20. Kasační stížnost je důvodná.

21. Nejvyšší správní soud především přisvědčil stěžovatelce, že městský soud pochybil, pokud se odmítl zabývat vadou v postupu žalované, spočívající v chybějícím upozornění dle § 59 zákona o vysílání.

22. Městský soud přitom správně uzavřel, že se v dané věci nejednalo o dodatečně předložený důkazní prostředek, ale o další žalobní bod, na který se vztahuje koncentrace řízení. Skutečným obsahem sdělení stěžovatelky při jednání soudu totiž byla žalobní námitka, že ji žalovaná v rozporu s aktuální judikaturou Nejvyššího správního soudu neupozornila na to, že odvysílání předmětného sponzorského vzkazu považuje za porušení § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání. Podle rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 17. 12. 2007, čj. 2 Afs 57/2007 - 92 (veškerá rozhodnutí tohoto soudu jsou dostupná na www.nssoud.cz), je přitom zásada koncentrace řízení prolomena mimo jiné v případě tzv. judikaturních odklonů. K tomu dojde, pokud byla určitá právní otázka setrvale rozhodována určitým způsobem, který se následně v době, kdy to již žalobce nemohl zohlednit v žalobě, změnil. Zdejší soud přitom na tomto místě na odůvodnění citovaného rozhodnutí pro stručnost zcela odkazuje.

23. V posuzované věci bylo rozhodnutí Nejvyššího správního soudu ve věci sp. zn. 3 As 12/2010, podle kterého musí být provozovatel vysílání upozorněn na porušení povinnosti dle § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání ve vztahu ke každému jednotlivému spotu, vydáno až v době po podání žaloby. Bez ohledu na možný další vývoj judikatury v této věci proto Nejvyšší správní soud konstatuje, že došlo k judikatornímu posunu, neboť z předchozích rozhodnutí zdejšího soudu takový závěr nevyplývá. Městský soud se tedy měl žalobní námitkou zabývat, přestože ji stěžovatelka uplatnila až po podání žaloby. Vzhledem k tomu, že předmětem kasační stížnosti byla otázka možného přezkumu daného žalobního bodu ze strany městského soudu, Nejvyšší správní soud nemohl tuto žalobní námitku hodnotit po věcné stránce. Z uvedeného důvodu proto pouze *obiter dictum* připomíná, že předmětná právní otázka byla usnesením ze dne 17. 3. 2011, čj. 6 As 26/2010 - 66, postoupena k rozhodnutí rozšířenému senátu. V návaznosti na tuto skutečnost by měl městský soud zvážit další procesní postup ve smyslu § 48 odst. 2 písm. f) s. ř. s.

24. Pro úplnost Nejvyšší správní soud ve vztahu k této problematice dodává, že neshledal důvodnou stížní námitku nesrozumitelnosti napadeného rozhodnutí. Závěrečná věta odůvodnění městského soudu se sice pohybuje na samé hranici přezkoumatelnosti, nicméně z kontextu daného odstavce je patrné, jakými úvahami se soud při posuzování namítaného pochybení řídil a k jakému závěru zde dospěl.

25. Stížní námitky shrnuté pod bodem 10 tohoto rozsudku neshledal kasační soud důvodnými. Z obsahu rozhodnutí městského soudu je totiž zcela zřejmé, že vycházel z ustálené judikatury Nejvyššího správního soudu, pokud za účel sponzoringu považoval vytvoření dobrého jména. Pokud za skutečný účel sponzorského vzkazu označil využití dalšího možného reklamního prostoru, zjevně tím měl na mysli právě spot posuzovaný v tomto řízení. Úvahu o obcházení zákona pak nepochybně vyjádřil jen pro upřesnění účelu institutů reklamy a sponzoringu, aniž by z ní dovozoval konkrétní závěry rozhodné pro daný případ. Rovněž je evidentní, že tímto způsobem vyslovil také informaci o shodné ceně za reklamu a sponzoring. Ve světle výše uvedeného se navíc výtky stěžovatelky jeví jako účelová polemika s jednotlivými body odůvodnění městského soudu bez vazby na relevantní právní závěry. Vzhledem k tomu, že zbývající stížní námitky formulovala stěžovatelka bez jakýchkoliv konkrétních argumentů a tvrzení, Nejvyšší správní soud pouze v obecné rovině konstatuje, že v postupu městského soudu žádné pochybení nespatřil.

26. Nejvyšší správní soud přitakal stěžovatelce, že sponzorské vzkazy mohou obsahovat i reklamní sdělení, a to potud, že se může jednat o reklamní sdělení v širším slova smyslu, tedy sdělení veřejně propagující obchodní firmu, výrobek, zboží či službu (srov. zejm. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, čj. 7 As 81/2005 - 79, č. 1063/2007 Sb. NSS). Pokud městský soud v této souvislosti konstatoval, že jako podpora dobrého jména může sloužit jedině spot s uvedením názvu výrobce či výrobku bez jakýchkoliv dalších doprovodů, jeho úvaha by neobstála. V posuzovaném případě nicméně městský soud dospěl k závěru o reklamnosti spotu vzhledem k tomu, že předmětný sponzorský vzkaz je dynamický, obsahuje reklamní příběh, zdůrazňuje kvalitu výrobku a vybízí diváka k jeho nákupu. Takové reklamní prvky již nelze podřadit pod prosté

reklamní sdělení (srov. č. 1063/2007 Sb. NSS). Nejvyšší správní soud se přitom zcela ztotožnil s jednotlivými závěry městského soudu ohledně existence těchto reklamních prvků, přičemž na odůvodnění jeho rozsudku v této části pro stručnost odkazuje. Stížní námitky směřující proti postupu městského soudu při samotném hodnocení daného spotu zdejší soud neshledal důvodnými. Z rozhodnutí městského soudu je patrné, že sponzorský vzkaz posuzoval také komplexně a v rámci jeho celkového dojmu. Nadto kasační soud ani nespatřil, že by městský soud pouze převzal závěr žalované o dynamičnosti sponzorského vzkazu, aniž by jej sám posoudil ve vazbě na konkrétní posuzovaný spot.

27. Stěžovatelka rovněž namítla, že slogan použitý v předmětném spotu je reklamním sdělením, které může tvořit běžnou součást sponzorského vzkazu, a že dané slovní spojení nevede k nepřiměřenému zdůrazňování kvalit výrobku. Kasační soud na základě opakovaně zmíněného rozsudku Nejvyššího správního soudu č. 1063/2007 Sb. NSS stěžovatelce přitakal, že sponzorský vzkaz může obsahovat i slogan, tedy slovní spojení charakterizující podnikatele či jeho výrobek. Pokud však městský soud dovodil, že posuzovaný spot také s ohledem na užitý slogan zdůrazňuje kvalitu produktu, Nejvyšší správní soud zde neshledal žádné pochybení. Nejednalo se o pouhou charakteristiku výrobku ve smyslu dovoleného reklamního sloganu, ale o nepřípustný reklamní prvek.

28. Dále se Nejvyšší správní soud zabýval námitkou, že posuzovaný spot vzhledem k jeho krátkému trvání nemohl mít na diváka reálný přesvědčovací efekt. Na tomto místě je možné připomenout, že městský soud, který hodnotil sponzorský vzkaz komplexně a v rámci jeho celkového dojmu, dospěl k závěru, že daný spot vybízí diváka ke koupi předmětného produktu. Z toho je možné dovodit, že zaujal názor o přesvědčovací povaze sponzorského vzkazu i s ohledem na délku tohoto spotu. V obecné rovině je možné vyslovit, že v některém případě může délka sponzorského vzkazu ovlivnit účinek tohoto spotu na diváka. V posuzovaném případě však Nejvyšší správní soud přitakal městskému soudu, že s ohledem na existenci již zmíněných reklamních prvků nemohla ani krátká stopáž způsobit, že by daný spot neměl přesvědčovací efekt.

29. Nejvyšší správní soud nesouhlasil s městským soudem ve vymezení výrokové části rozhodnutí. Ve smyslu § 68 odst. 2 správního řádu je výrokovou částí vyjádřen obsah rozhodnutí, který je zpravidla uvozen slovy „rozhodl takto:“ či „vydal toto rozhodnutí:“. Výroková část přitom může obsahovat několik výroků, jež jsou zásadně označeny římskými číslicemi. Text tomu předcházející je tou částí rozhodnutí, která se obecně považuje za záhlaví. Pokud by byl akceptován závěr o existenci výrokové části v širším smyslu, jejíž součástí je i záhlaví rozhodnutí, došlo by tím k popření samotného smyslu rozlišování jednotlivých náležitostí správních rozhodnutí. V návaznosti na výše uvedené zdejší soud konstatuje, že vada výroku spočívající v neoznačení zákonných ustanovení, podle nichž žalovaná rozhodovala, a to ustanovení hmotného práva, tj. v posuzované věci i § 60 odst. 1 písm. l) zákona o vysílání, nejen § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání, mohla mít za následek nezákonné rozhodnutí ve věci samé (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 29. 6. 2011, čj. 8 As 33/2011 - 70, veškerá rozhodnutí tohoto soudu jsou dostupná na www.nssoud.cz). Takové pochybení totiž nemůže zhojit ani skutečnost, že příslušné ustanovení bylo označeno v záhlaví rozhodnutí. K tomuto závěru dospěl Nejvyšší správní soud i v rozsudku ze dne 7. 4. 2011, čj. 8 As 54/2010 - 85, ve kterém vyslovil, že uvedení příslušného ustanovení v záhlaví rozhodnutí nelze posoudit

jako splnění zákonných požadavků na náležitosti výroku. Na bližší odůvodnění předmětného rozhodnutí lze na tomto místě odkázat. Obdobnou problematikou se přitom Nejvyšší správní soud zabýval také např. v rozsudku ze dne 22. 9. 2005, čj. 6 As 57/2004 - 54, č. 772/2006 Sb. NSS, či v usnesení rozšířeného senátu ze dne 15. 1. 2008, čj. 2 As 34/2006 - 73, č. 1546/2008 Sb. NSS. S ohledem na výše uvedené proto kasační soud přisvědčil stěžovatelce, že městský soud nesprávně posoudil vadu ve výroku rozhodnutí žalované.

30. Nejvyšší správní soud shledal důvodnou i stížní námitku, že městský soud pochybil, pokud vzhledem k obsahu rozhodnutí žalované dospěl k závěru o stejné váze jednotlivých kritérií pro stanovení výše pokuty. Z rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 15. 3. 2011, čj. 8 As 79/2010 - 84, totiž vyplývá, že správní orgán je při úvaze o výši sankce povinen uvést, jakou váhu měla v konkrétním případě jednotlivá hlediska stanovená v § 61 odst. 2 a 3 zákona o vysílání, jinak je jeho odůvodnění nedostatečné. Městský soud přitom v posuzované věci vyslovil, že z odůvodnění rozhodnutí žalované není váha jednotlivých kritérií zcela zřejmá. Podle názoru Nejvyššího správního soudu pak z nedostatku takové úvahy žalované není možné dovodit, že jejich váha byla stejná, neboť by tím ve výsledku došlo k popření samotné povinnosti správního orgánu tuto váhu specifikovat. Pro úplnost zdejší soud dodává, že stížní námitku nepřezkoumatelnosti rozsudku městského soudu v této části formulovala stěžovatelka zcela obecně, aniž by bylo vůbec zřejmé, v čem takovou nepřezkoumatelnost spatřuje. Kasační soud proto rovněž pouze v obecné rovině konstatuje, že v odůvodnění městského soudu takovou vadu neshledal.

31. Tvrzení stěžovatelky, že posuzovaný spot byl před jeho odvysíláním i po něm zvukově a obrazově oddělen, posoudil Nejvyšší správní soud jako nepřípustnou stížní námitku ve smyslu § 104 odst. 4 s. ř. s., neboť tento argument neměl předobraz v obsahu žaloby. Pokud chtěla stěžovatelka namítnout nepřezkoumatelnost rozhodnutí městského soudu s poukazem na skutečnost, že se tímto tvrzením nezabýval, kasační soud ve stručnosti podotýká, že soudy jsou ve smyslu § 75 odst. 2 s. ř. s. zásadně povinny, resp. oprávněny přezkoumávat napadené rozhodnutí zejména v rozsahu uplatněných žalobních bodů.

32. Konečně Nejvyšší správní soud stěžovatelce přisvědčil, že městský soud postupoval v rozporu se zákonem, pokud jí stanovil pouze desetidenní lhůtu k doplnění kasační stížnosti. Jednoměsíční lhůta stanovená v § 106 odst. 3 s. ř. s. totiž není lhůtou, kterou by soud mohl podle své úvahy v konkrétním případě zkrátit. Jedná se o lhůtu zákonnou, o jejíž délce není soud oprávněn rozhodovat. Uvedený závěr nepřímo vyplývá i z usnesení Nejvyššího správního soudu ze dne 5. 1. 2006, čj. 2 Afs 119/2005 - 74. V posuzované věci však stěžovatelka ve stanovené lhůtě kasační stížnost doplnila, městský soud vzal toto její podání v potaz a Nejvyšší správní soud je měl při rozhodování o kasační stížnosti k dispozici. Z obsahu soudního spisu ani ze samotné stížní námitky nevyplývá, že by stěžovatelce bylo upřeno právo na doplnění podání. V dané věci tak nemělo pochybení městského soudu vliv na zákonnost řízení o kasační stížnosti.

33. Nejvyšší správní soud shledal rozsudek městského soudu nezákonným, proto jej zrušil a věc vrátil městskému soudu k dalšímu řízení (§ 110 odst. 1 s. ř. s.). V něm městský

soud rozhodne vázán právním názorem vysloveným Nejvyšším správním soudem v tomto rozsudku (§ 110 odst. 3 s. ř. s.). V novém rozhodnutí městský soud rozhodne také o náhradě nákladů řízení o této kasační stížnosti (110 odst. 2 s. ř. s.).

Poučení: Proti tomuto rozsudku **n e j s o u** opravné prostředky přípustné.

V Brně 31. října 2011

JUDr. Jan Passer
předseda senátu