

Najvyšší súd  
Slovenskej republiky

## ROZSUDOK

### V MENE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Najvyšší súd Slovenskej republiky, v senáte zloženom z predsedu senátu JUDr. Milana Moravu a členiek senátu JUDr. Petry Príbelskej, PhD. a JUDr. Nory Halmovej, v právnej veci žalobcu: **NUBIUM, s.r.o.**, Trenčianska 55, 821 09 Bratislava, IČO: 47545674, *zastúpený: JUDr. ..., ...* proti žalovanému: **Slovenská obchodná inšpekcia - Ústredný inšpektorát SOI so sídlom v Bratislave**, Bajkalská 21/A, 827 99 Bratislava o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. SK/0671/99/2015 z 3. júna 2016, konajúc o kasačnej sťažnosti proti rozsudku Krajského súdu v Bratislave č.k. 1S/275/2016-99 z 25. apríla 2019, takto

#### rozhodol:

Najvyšší súd Slovenskej republiky kasačnú sťažnosť proti rozsudku Krajského súdu v Bratislave č.k. 1S/275/2016-99 z 25. apríla 2019 **zamieta**.

Účastníkom právo na náhradu trov kasačného konania **nepriznáva**.

#### Odôvodnenie

##### I.

1. Napadnutým rozsudkom Krajský súd v Bratislave (ďalej aj „správny súd“) postupom podľa § 190 zákona č. 162/2015 Z.z. Správny súdny poriadok (ďalej aj „SSP“) žalobu

o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. SK/0671/99/2015 z 3. júna 2016 ako nedôvodnú zamietol. O nároku na náhradu trov rozhodol správny súd podľa § 168 SSP a žalovanému napriek úspechu v konaní nepriznal právo na náhradu trov konania, nakoľko mu žiadne trovy konania v konaní ani nevznikli.

2. Rozhodnutím č. SK/06711/99/2015 z 3. júna 2016 žalovaný odvolanie žalobcu odmietol a potvrdil prvostupňové rozhodnutie č. R/0123/01/2015 z 30. júla 2015, ktorým Slovenská obchodná inšpekcia, Inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Bratislave pre Bratislavský kraj uložila žalobcovi pokutu 33 200,- eur podľa § 11 ods. 3 písm. d/ zákona č. 147/2001 Z.z. o reklame a o zmene doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o reklame“) a súčasne mu bolo šírenie predmetnej reklamy v súlade s § 11 ods. 1 zákona o reklame zakázané pre porušenie zákazu prezentovať v reklame nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom.

3. Z odôvodnenia rozhodnutia správneho súdu vyplýva, že mal z obsahu súdneho a administratívneho spisu nesporne preukázané, že žalobca šíril reklamu kampane ZVERINA prostredníctvom 2 ks billboardov umiestnených na križovatke Kuklovskej a Sekulskej ulice v Bratislave a na Púchovskej ulici v Bratislave. Dohodnutý termín kampane bol od 2. júna 2015 do 30. júna 2015. Podľa fotodokumentácie založenej v administratívnom spise predmetná reklama bola vyobrazená na bielom pozadí, v pravej polovici obsahovala informácie:

NOVÝ ALBUM V PREDAJI

WWW.SHOP.RUKAHORE.SK

ZVERINA

RELEASE PARTY

06.06.2015

KLUB DOLE

4. V ľavej časti reklamy bolo vyobrazenie dvoch nahých potetovaných žien vo vzájomnom objatí, dotýkajúcich sa vrchnou časťou trupu. Žena umiestnená vľavo je vyššia, pravú ruku má opretú o bok. Žena umiestnená vpravo je nižšia a ľavou rukou sa dotýka krku a vlasov, pričom ruka zohnutá v lakti súčasne prekrýva oblasť dotyku prs týchto žien a súčasne svojou pravou rukou objíma oproti stojacu ženu. Zobrazené ženy sa vo vzájomnej tesnej blízkosti dotýkajú nosmi, majú pootvorené ústa, pričom žena umiestnená vpravo vyzývavo

hľadá na druhú ženu, ktorej oči sú privreté. Cez hrudnú časť tiel oboch žien je umiestnené čierne pole s nápisom „ŽENY VÍNO RAP“. Spodné intímne partie žien (oblasť zadku a lona) sú prekryté bielym pásom, v ktorom je v pravej časti billboardu uvedený dátum „06.06.2015“.

5. Správny súd bol toho názoru, že predmetnú reklamu a jej obrazové zobrazenie človek vždy posúdi najskôr na základe vzhliadnutia samotného obrazu a až následne sa objekt reklamy zameria na písaný text. Zmyslom reklamy je dojem, aký nezanechá na ľuďoch. V tomto prípade pri prvom vzhliadnutí sa vizuálne hodnotí obraz ako celok, z ktorého je zrejmé, že na reklame sú zobrazené 2 mladé nahé ženy, ktoré majú prekryté intímne partie. Zo spôsobu vyobrazenia týchto dvoch žien a pri vnímaní ich nahoty ako takej, vôbec nie je podstatné, či tieto ženy majú intímne partie prekryté nápisom, či iným spôsobom. Podstatné je to, že tieto ženy nemajú na sebe žiaden odev, čo je zrejmé z ich vyobrazenia. Je preto jednoznačné, že ide o vyobrazenie dvoch nahých mladých žien, ktorých obraz pri vzhliadnutí reklamy vystupuje do popredia a takéto zobrazenie nahých žien je v predmetnej veci na reklame dominantné.

6. Pri ďalšom skúmaní obrazu reklamy je evidentné, že tieto dve mladé ženy sú vyobrazené v póze, ktorá nie je štandardná. Na verejnosti nie bežné správanie sa ľudí a ani žien, ktoré sa vzájomne dotýkajú jednou z intímnych častí tela, prsiami, najmä ak sú nahé, pričom jedna vyzývavo hľadá na druhú a druhá túto výzvu prijíma (sklopené oči a pootvorené ústa). Na uvedenom nič nemení skutočnosť, že jedna žena je vyššia a druhá nižšia, tak ako namieta žalobca, nakoľko tento vizuálny dojem vyplýva zo vzájomného postavenia žien a tiež zo skutočnosti, že obom ženám vzájomné kontakty a dotyky nie sú nepríjemné. Takéto zobrazenie nahých žien vo vyzývavej polohe i podľa názoru súdu evokuje sexuálny podtón vzájomnej blízkosti smerujúci k intímnym aktivitám.

7. Správny súd námietke žalobcu, že ide o reklamu na párty, kde sa uvoľníte, resp. o uvoľňovaciu párty nemohol prisvedčiť, nakoľko z vyobrazenia predmetnej reklamy, teda najmä dvoch mladých žien nevyplýva uvoľnenie sa zo stresujúceho ordinálneho života, ale skôr medzi týmito dvoma zobrazenými nahými ženami je vidno napätie a očakávanie. Takéto zobrazenie žien vo vyzývavej polohe, ktoré vyvoláva predstavy o aktivitách nielen týchto zobrazených žien ale ľudí všeobecne, spadajú jednoznačne do intímnej sféry každého človeka a nie sú určené na „obdiv“ iným osobám. Je preto možné konštatovať, že predmetná reklama prezentovala nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, tak ako uviedol žalovaný i prvostupňový orgán v preskúmanom rozhodnutí.

8. Za potrebné uviesť považoval správny súd najmä to, že išlo o reklamu šírenú prostredníctvom billboardov, ktoré sú prístupné širokej verejnosti (spotrebiteľom) vrátane detí a mladistvých. Jeden z nich bol umiestnený v blízkosti školy, kde je zvýšený výskyt detí, čo je úplne bežné a ničím nespochybniteľné, keďže v základnej škole sa vzdelávajú deti. Pri posudzovaní prezentácie nahoty ľudského tela porušujúcim spôsobom šírenou reklamou bolo podstatné zohľadniť i vplyv reklamy na maloleté deti, t.j. osoby mladšie ako 18 rokov, nakoľko psychický, rozumový a mravný vývin maloletých môže byť ovplyvnený aj šírenou reklamou.

10. Správny súd poznamenal, že obsah zákonnej právnej normy nemôže byť interpretovaný izolovane, mimo zmyslu a účelu zákona, cieľa právnej regulácie, ktorý zákon sleduje. Požiadavka na ústavne konformnú aplikáciu a výklad zákona je podmienkou zákonnosti rozhodnutia ako individuálneho správneho aktu. Z dôvodovej správy k zákonu o reklame vyplýva:

„Reklama sa obmedzuje zákazom takej podoby, ktorá svojím obsahom porušuje hodnoty chránené právnym poriadkom. Ide o ochranu ľudského života, zdravia, životného prostredia, slobody, svedomia, spoločensky uznávanej morálky, ochrany majetku a pod. Zvlášť je zdôraznený vplyv reklamy na maloleté osoby do osemnásť rokov veku. Obmedzenia reklamy vyplývajú z tradícií a skúseností získaných v priebehu vývoja reklamy.“

11. Konanie žalobcu je teda v rozpore s týmto úmyslom zákonodarcu. Predmetná reklama vo verejnosti aj skutočne vyvolala pohoršenie, o čom svedčí i podnet spotrebiteľky, v ktorom poukázala na to, že reklama nového albumu ZVERINA obsahuje nahotu nevhodnú pre maloleté deti (ktoré majú navyše okná školy priamo otočené na tento billboard) a je v rozpore s ochranou maloletých.

12. Žalobca v žalobe podrobne rozobral jednotlivé slovné spojenia týkajúce sa výkladu ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, poukazujúc na nahotu ľudského tela všeobecne, nahotu dvoch žien, sexualitu ako takú, rozoberal význam slova pohoršujúci, poburujúci a poukázal i na morálku, mravnosť a dobré mravy. Uvedené slovné kategórie rozoberal s cieľom preukázania, že žalovaný vec nesprávne právne posúdil, pretože z odôvodnenia napadnutého rozhodnutia mu nie je zrejmé, ako sa žalovaný vysporiadal s jednotlivými časťami, zložkami správneho deliktu, ktoré musia byť preukázané, aby mohol správny orgán

konštatovať, že reklama šírená žalobcom prezentovala nahotu tela pohoršujúcim spôsobom. Žalobca rozhodnutie žalovaného z uvedeného dôvodu považoval za nepreskúmateľné a vychádzajúce z nedostatočne zisteného skutkového stavu veci.

13. Vo vzťahu k nepreskúmateľnosti rozhodnutia žalovaného pre nedostatok dôvodov sa správny súd stotožnil so žalobcom a s jeho žalobnou námietkou len do tej miery, že zákon o reklame v dotknutých častiach je formulovaný natoľko široko a všeobecne, že výklad jeho jednotlivých ustanovení a interpretácia v ňom ustanovených práv a povinností účastníkov relevantných právnych vzťahov je úlohou orgánov aplikačnej praxe.

14. Podľa názoru správneho súdu odôvodnenie rozhodnutia žalovaného, ako i prvoinštančného orgánu poskytuje dostatočný základ na jeho vecné preskúmanie. Súd však hodnotí preskúmateľnosť rozhodnutia orgánu verejnej správy len v miere jeho minimálnej argumentačnej kvality a interpretačnej schopnosti, na základe akých logických úsudkov a zvážení všetkých dôkazov orgánu verejnej správy vykonal meritóme rozhodnutie. Skutočnosti, ku ktorým orgán verejnej správy dospel na základe voľnej úvahy treba v rozhodnutí dostatočne odôvodniť, aby bolo zrejmé, čo bolo podkladom rozhodnutia a ako sa vyhodnotili vykonané dôkazy. Pre súd je rozhodujúce, či rozhodnutie vydané na základe zákonom povolenej úvahy nevybočilo z medzí a hľadísk ustanovených zákonom.

15. V danom prípade odôvodnenie rozhodnutia žalovaného poskytuje rozumný výklad ustanovenia, ktorého porušenia sa mal žalobca svojim konaním dopustiť, keď orgán verejnej správy konštatoval, že uvedená reklama prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, čím došlo k porušeniu § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame. Taktiež z rozhodnutia je zrejmé, čo považoval orgán verejnej správy za právne relevantné podklady pre svoje rozhodnutie a ako ich posúdil. Z odôvodnenia napadnutého rozhodnutia je zrejmé, na základe čoho a akej správnej úvahy žalovaný dospel k svojmu právnenému záveru, keď konštatoval, že v správnom konaní bolo na základe zisteného skutkového stavu, najmä z fotodokumentácie predmetnej reklamy preukázané, že žalobca ako širiteľ reklamy, čo nebolo medzi účastníkmi sporné, porušil ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, nakoľko prezentoval nahotu tela pohoršujúcim spôsobom. Vyobrazenie z fotografií billboardu - dvoch nahých potetovaných žien, vo vzájomnej blízkosti, ktoré svojimi postojmi navodzujú dojem, že smerujú k intímnym aktivitám, môže mať za následok ohrozenie mravnostného vývinu detí, resp. mladistvých a zároveň vyvolať pohoršenie spotrebiteľov vo všeobecnej rovine, takéto zobrazenie dvoch

nahých žien je nielen neštandardné, ale aj v rozpore so všeobecnými normami slušnosti a mravnosti. Ide teda o prezentovanie nahoty ľudského tela pohoršujúcim spôsobom tým, že ženy sú vyobrazené účelovo ako sexuálna atrakcia vo vyzývavej polohe s cieľom pritiahnutia pozornosti. Zvolené komunikačné médium - billboard je dostupný širokému cieľovému publiku, vrátane detí a mladistvých.

16. Žalovaný nespochybnil a nehodnotil účel a ani cieľ reklamy, ktorým podľa tvrdenia žalobcu bola komunikácia hudobného albumu skupiny Zverina - Ženy Víno Rap, hodnotil len či šírenou reklamou bola, resp. nebola prezentovaná nahota ľudského tela pohoršujúcim spôsobom. Správny súd uvádza, že zverejnenie nahoty ľudského tela vo všeobecnosti nie je pohoršujúce. Ide ale o spôsob zobrazenia, ktoré je vnímané ľudským okom vždy individuálne a každý si o tom vytvára svoj vlastný obraz, ktorý však závisí od podrobného zobrazenia tela a spôsobu postavenia tela, jeho pózy a výrazu tváre, atď. ..., čím sa v ľudskej fantázii vytvára ucelený obraz. Šíriteľ reklamy musí preto rešpektovať vžitú tradíciu a všeobecne platné morálne normy, ktoré spoločnosť ako celok uznáva a ktoré vychádzajú z historických, kultúrnych, príp. aj náboženských zásad a hodnôt väčšiny spoločnosti.

17. Podľa žalobcu žalovaný skutkový stav nezistil dostatočne, pretože neprihliadol na rozhodnutie Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu dňa 10.09.2015, podľa, ktorej „Billboard: „Album Ženy Víno Rap“, zadávateľ: joy4 s.r.o. nie je v rozpore s ustanoveniami Etického kódexu reklamnej praxe Rady pre reklamu a, že cieľom reklamy bola komunikácia hudobného albumu skupiny Zverina - Ženy Víno Rap. K uvedenému správny súd uvádza, že právnym predpisom, stanovujúcim kompetencie SOI vo všeobecnej rovine, ale tiež vo vzťahu k osobitným predpisom, upravujúcim ochranu spotrebiteľa v špecifických oblastiach je zákon č. 128/2002 Z.z. a v zmysle § 10 zák. o reklame je Slovenská obchodná inšpekcia orgánom dozoru pri porušení § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, ktorá je nezávislým orgánom kontroly vnútorného trhu a rozhoduje samostatne vo veciach, ktoré patria do jej kompetencie dozoru, bez ohľadu na stanovisko iného kontrolného orgánu, a preto stanovisko Rady pre reklamu i podľa názoru súdu nie je pre Slovenskú obchodnú inšpekciu záväzná. Rada pre reklamu je orgán etickej samoregulácie reklamy, ktorý na Slovensku združuje subjekty aktívne vstupujúce do procesu marketingovej komunikácie - asociácie zadávateľov reklamy, reklamné agentúry, médiá ale aj podnikateľské subjekty, využívajúce propagáciu formou reklamy. Z uvedeného dôvodu preto nemožno konštatovať, že žalovaný nedostatočne zistil skutkový stav veci.

18. Žalobca v žalobe namietal, že žalovaný sa nevysporiadal s jeho odvolacími námietkami voči prvostupňovému rozhodnutiu. Súd však musí konštatovať, že odvolacie námietky žalobcu sú opísané v napadnutom rozhodnutí a podľa názoru súdu žalovaný sa s nimi zaoberal a riadne ich aj vyhodnotil. Vysporiadal sa i návrhom žalobcu na doplnenie dokazovania, keď uviedol, že dôvodnosť návrhov na doplnenie dokazovania je oprávnený posudzovať orgán verejnej správy a z vyhotovenej fotodokumentácie v správnom konaní vyplýva porušenie ustanovenia zákona o reklame, na fotozáberoch boli vyobrazené nahé ženy, vo vzájomnej blízkosti, ktoré svojimi postojmi navodzujú dojem, že smerujú k intímnym aktivitám, čo bolo v rozpore so všeobecnou hodnotou mravnosti. Nie je preto možné prisvedčiť žalobcovi, že žalovaný jeho návrhy na vykonanie dokazovania ignoroval, nakoľko vzhľadom na zistený a preukázaný skutkový stav žalovaný a ani súd nepovažoval za potrebné doplniť dokazovanie za účelom zistenia skutkového stavu.

19. Správny súd mal za to, že jednotlivé námietky a významy slov v rámci jednej skutkovej podstaty musia byť vyhodnocované vo vzájomnej súvislosti a nie osobitne, tak ako uvádzal žalobca v žalobe, a preto nie je možné konštatovať, že by žalovaný nedostatočne zistil skutkový stav veci, následkom čoho by vec nesprávne právne posúdil a taktiež nemožno konštatovať, že rozhodnutie žalovaného je nepreskúmateľné pre nezrozumiteľnosť alebo nedostatok dôvodov.

20. Správny súd neuznal dôvodnou ani ďalšiu námietku žalobcu, že nebol dodržaný procesný postup, a že boli porušené jeho procesné práva, nakoľko žalobcovi pri vykonanej kontrole a počas správneho konania bola poskytnutá možnosť vyjadriť sa k priebehu kontroly a k zisteniam inšpektorov SOI, čo je uvedené i vo vysvetlivke k inšpekčnému záznamu zo dňa 10.06.2015 a 12.06.2015 a následne v doručenom oznámení o začatí správneho konania zo dňa 12.06.2015 bol žalobca v jeho závere poučený o práve písomne sa vyjadriť k zisteným nedostatkom, k jeho podkladom aj k spôsobu ich zistenia, prípadne navrhnúť doplnenie dokazovania do 8 dní od doručenia predmetného oznámenia, v zmysle § 33 ods. 2 Správneho poriadku, čo žalobca nevyužil a nepodal vyjadrenie.

21. Žalobca namietal aj to, že žalovaný porušil zásadu v zmysle správneho konania, aby v rozhodovaní o skutkovo zhodných alebo podobných prípadoch nevznikali neodôvodnené rozdiely, keď vo vzťahu k iným osobám a to v rovnakej situácii (spoločnosť RABAKA reklamné panely, s.r.o. a spoločnosť BIG MÉDIA, spol. s r.o.) nepovažoval za potrebné konať.

K uvedenému správny súd uvádza, že i s touto námietkou žalobcu uvedenou i v odvolaní sa žalovaný vysporiadal v odôvodnení svojho rozhodnutia, keďže viedol, že túto námietku považoval za bezpredmetnú, nakoľko žalobca sa dopustil porušenia zákona o reklame. Správny súd uvádza, že ani túto námietku žalobca nepodložil žiadnou konkrétnou skutočnosťou, na základe ktorej by bolo možné z nej vyvodit', že žalovaný skutočne porušil ním namietanú zásadu správneho konania, a preto ani tejto námietke nemožno priznať právnu relevanciu.

22. Záverom správny súd uviedol, že nemohol priznať úspech ani poslednej námietke žalobcu, ktorý tvrdil, že v preskúmvanej veci nebol daný dôvod v zmysle ust. § 49 ods. 2 Správneho poriadku, na rozhodnutie v lehote 60 dní od začatia správneho konania, nakoľko z upovedomenia orgánu verejnej správy nemožno vyvodit', že by išlo o zvlášť zložitý prípad. V zmysle upovedomenia žalovaného zo dňa 14.07.2015, žalobcovi doručeného dňa 16.07.2015 vyplýva, že žalovaný vyhodnotil, že z povahy veci a potreby náležitého posúdenia skutkového stavu, nie je možné rozhodnúť vo veci v lehote 30 dní od začatia správneho konania, ale že vo veci bude rozhodnuté v lehote 60 dní od začatia správneho konania v zmysle ust. § 49 ods. 2 Správneho poriadku. Z ust. § 49 ods. 1 Správneho poriadku vyplýva, že v jednoduchých veciach správny orgán rozhodne bezodkladne a v zmysle odseku 2, t.j., v ostatných prípadoch rozhodne vo veci do tridsiatich dní od začatia konania a vo zvlášť zložitých prípadoch rozhodne najneskôr do 60 dní. Z upovedomenia žalovaného nevyplýva, že by išlo o zvlášť zložitý prípad. Právna teória považuje za zvlášť zložené prípady tie, keď ide napr. o rozsiahle dokazovanie, o konanie s množstvom účastníkov konania, so zložitým znaleckým dokazovaním, alebo konanie závisí od výsledku skúmania určitých technických podmienok. Podľa názoru súdu však takáto vada v konaní nespôsobuje nezákonnosť napadnutého rozhodnutia. Zároveň správny súd poukazuje na rozhodnutie Najvyššieho súdu Slovenskej republiky sp. zn. 4Sž 98-102/02, podľa ktorého dôvodom k zrušeniu rozhodnutia správneho orgánu môže byť len taká vada, ktorá mohla mať vplyv na zákonnosť rozhodnutia. Rozhodnutie sa nezrušuje preto, aby sa zopakoval proces a odstránili formálne vady, ktoré nemôžu privodiť vecne iné, či výhodnejšie rozhodnutie pre účastníka.

23. Vzhľadom na uvedené dospel správny súd k záveru, že preskúmvané rozhodnutie v spojení s prvostupňovým rozhodnutím bolo vydané v súlade so zákonom a námietky žalobcu uvádzané v žalobe neodôvodňujú jeho zrušenie.



24. Proti rozsudku správneho súdu podal sťažovateľ kasačnú sťažnosť z dôvodov podľa § 440 ods. 1 písm. g/, f/, a h/ a navrhol aby kasačný súd rozsudok správneho súdu zmenil tak, že vec zruší a vráti správneho orgánu prvého stupňa na ďalšie konanie a zároveň zaviazá žalovaného nahradiť sťažovateľovi trovy konania a právneho zastúpenia v plnom rozsahu.

25. Sťažovateľ mal za to, že sa správny súd vôbec navysporiadal s podstatnou námietkou nesprávneho právneho posúdenia pri aplikácii ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, keď žalobca vo svojom podaní, že by v prípade preukázania bolo na daný skutkový stav treba aplikovať ust. § 3 ods. 1 písm. k/ zákona o reklame, a to z dôvodu zdôrazňovaného vplyvu dotknutej reklamy na mládež a maloletých. Postup správneho súdu, kedy sa s touto námietkou nevysporiadal a ani nezaoberal, spôsobuje podľa názoru sťažovateľa nepreskúmateľnosť rozhodnutia správneho súdu, ako aj nesprávnosť právneho posúdenia zisteného skutkového stavu.

26. Zároveň mal sťažovateľ za to, že sa správny súd len formálne vysporiadal s námietkou, že v rozhodnutí absentuje akékoľvek odôvodnenie rozdielov pri postupe v prípade danej reklamy vo vzťahu k jednotlivým prevádzkovateľom reklamných stavieb a preto mal správny súd posúdiť námietku nedostatku resp. nesprávnosti aplikácie ust. § 3 ods. 5 Správneho poriadku v obsahu odôvodnenia rozhodnutia žalovaného tak, že ho mal vyhodnotiť ako nepreskúmateľné, práve z dôvodu absencie odôvodnenia rozdielov.

27. Zároveň sa mal správny súd odchýliť od ustálenej rozhodovacej praxe kasačného súdu (5SŽÍ/1/2009, 1Sžo/23/2010, 1Sžd/18/2011) z dôvodu upretia možnosti pochopiť právne závery aplikácie práva vedúce k myšlienke obsiahnutej vo výrokovej časti a to ani úvahami správneho súdu.

### III.

28. Žalovaný vo vyjadrení ku kasačnej sťažnosti uviedol, že napadnutý rozsudok považuje za súladný so zákonom a navrhol, aby kasačný súd zamietol kasačnú sťažnosť ako neopodstatnenú. Žalovaný mal za to, že sťažovateľ v podanej kasačnej sťažnosti

iba zopakoval námietky, s ktorými sa už v rámci správneho konania vysporiadal, rovnako sa s nimi vysporiadal aj správny súd v rámci súdneho konania.

29. Popísaný skutkový stav bol podľa žalovaného správne právne kvalifikovaný ako porušenie § 3 ods. 1 písm. c/ zákona č. 147/2001 Z.z. o reklame, podľa ktorého sa zakazuje v reklame prezentovať nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom a nevidí dôvod posudzovať predmetné konanie ako porušenie § 3 ods. 1 písm. k/.

30. K tvrdeniu žalobcu, že nebolo preukázané žiadne obdobné rozhodnutie, a že žalovaný nepredložil žiadne rozhodnutia s rovnakými alebo obdobnými sankciami za skutok s rovnakou objektívnou stránkou posúdený ako porušenie § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, žalovaný uvádza, že správny orgán ako orgán dozoru v rámci svojej kontrolnej činnosti vykonáva množstvo kontrol, v rámci ktorých boli zaznamenané aj zistenia, týkajúce sa nedodržania zákazu prezentovať v reklame nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom a dal do pozornosti súdu rozsudok Krajského súdu v Bratislave sp.zn. 2S/55/2017 zo 16. januára 2019, ako aj rozsudok Najvyššieho súdu SR sp.zn. IOAsan/17/2018 z 22. mája 2019, týkajúce sa totožného porušenia zákonom stanovenej povinnosti, ktoré žalovaný sankcionoval ako porušenie § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame.

#### IV.

31. Najvyšší súd Slovenskej republiky ako súd kasačný (§ 438 ods. 2 SSP) po tom, čo zistil, že kasačná sťažnosť bola podaná riadne a včas (§ 443 SSP a § 444 SSP), oprávnenou osobou na jej podanie (ustanovenie § 442 SSP), smeruje proti rozhodnutiu, proti ktorému je prípustná (§ 439 SSP), má predpísané náležitosti (§ 445 ods. 1 SSP a § 57 SSP), preskúmal napadnutý rozsudok z dôvodov a v rozsahu uvedenom v podanej kasačnej sťažnosti (§ 440 SSP, § 441 SSP a § 453 SSP), kasačnú sťažnosť prejednal bez nariadenia pojednávania (§ 455 SSP), keď deň vyhlásenia rozhodnutia bol zverejnený minimálne 5 dní vopred na úradnej tabuli a na internetovej stránke Najvyššieho súdu Slovenskej republiky [www.nsud.sk](http://www.nsud.sk) (§ 137 ods. 2 a 3 SSP).

32. Predmetom súdneho prieskumu v kasačnom konaní bol rozsudok správneho súdu č.k. 1S/275/2016-99 z 25. apríla 2019, ktorým ako nedôvodnú zamietol žalobu o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. SK/0671/99/2015 z 3. júna 2016, ktorým žalovaný

potvrdil rozhodnutie prvostupňového správneho orgánu o udelení pokuty 33 200,- € podľa § 11 ods. 3 písm. d/ zákona č. 147/2001 Z.z. o reklame a o zmene doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov a súčasne bolo sťažovateľovi šírenie predmetnej reklamy v súlade s § 11 ods. 1 zákona o reklame zakázané pre porušenie zákazu prezentovať v reklame nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom.

33. Kasačný súd preskúmal rozsudok správneho súdu ako aj konanie, ktoré mu predchádzalo, pričom v rámci kasačného konania skúmal aj napadnuté rozhodnutie žalovaného, ako aj rozhodnutie prvoinštančného správneho orgánu a konania týmito rozhodnutiami predchádzajúce, najmä z toho pohľadu, či kasačné námietky sťažovateľa sú spôsobilé spochybniť vecnú správnosť napadnutého rozsudku správneho súdu. Po preverení riadnosti podmienok vykonávania súdneho prieskumu rozhodnutí správneho orgánu (tzn. najmä splnenia podmienok konania a okruhu účastníkov) sa kasačný súd stotožňuje so skutkovými závermi správneho súdu v tom rozsahu, ako si ich osvojil správny súd zo zistení uvedených správnymi orgánmi, ktoré sú obsiahnuté v administratívnom spise.

34. Podľa § 461 SSP kasačný súd zamietne kasačnú sťažnosť, ak po preskúmaní zistí, že nie je dôvodná.

35. Podľa § 2 ods. 1 písm. a/ zákona č. 147/2001 Z.z. o reklame, podľa tohto zákona reklama je predvedenie, prezentácia alebo iné oznámenie v každej podobe súvisiace s obchodnou, podnikateľskou alebo inou zárobkovou činnosťou s cieľom uplatniť produkty na trhu.

36. Podľa § 2 ods. 1 písm. c/ a f/ zákona o reklame, podľa tohto zákona širiteľ reklamy je fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá reklamu šíri, objednávateľom reklamy je ten, kto si objedná u širiteľa reklamy šírenie reklamy.

37. Podľa § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, reklama nesmie prezentovať nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom.

38. Podľa § 11 ods. 1 zákona o reklame, ak orgány dozoru podľa § 10 (ďalej len „orgán dozoru“) zistia porušenie tohto zákona, šírenie reklamy zakážu; šírenie reklamy môžu zakázať aj vtedy, ak hrozí porušenie ustanovenia § 4 ods. 3. V rozhodnutí o zákaze šírenia reklamy

orgán dozoru môže uložiť povinnosť zverejnenia tohto rozhodnutia alebo jeho časti a povinnosť zverejnenia opravného vyhlásenia v hromadných oznamovacích prostriedkoch.

39. Podľa § 11 ods. 3 písm. d) zákona o reklame, okrem opatrení podľa odsekov 1 a 2, orgán dozoru uloží pokutu od 33 200,- € do 99 600,- € šíriteľovi reklamy za porušenie všeobecných požiadaviek na reklamu podľa § 3 ods. 1 písm. b/ a c/.

40. Kasačný súd ku sťažovateľom namietanému nesprávnemu právnemu posúdeniu veci pri aplikácii ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame podotýka, že podobne, ako už Najvyšší súd konštatoval v žalovanom prezentovanom rozsudku sp.zn. IOAsan/17/2018 z 22. mája 2019, nie všetky právne pojmy zakotvené v texte právnych predpisov sú zároveň v normatívnom akte aj definované, či bližšie vysvetlené. Jedná sa o neurčité právne pojmy a je práve na orgáne aplikujúcom konkrétnu právnu normu, aby ich uviedol do života a definoval ich obsah v individuálnej rozhodovacej činnosti. **Súd má za to, že odôvodnenie rozhodnutia jednoznačne poskytuje rozumný výklad príslušného ustanovenia, ktorého porušenia sa mal sťažovateľ svojim konaním dopustiť.**

41. Ustanovenie § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame zakazuje prezentovať **nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom**, pričom právna norma bližšie nevysvetľuje, čo presne napĺňa obsah pojmu pohoršujúci spôsob. Jedná sa o neurčitý právny pojem, ktorý vo svojej rozhodovacej činnosti príslušný správny orgán aplikoval na konkrétny skutkový stav. Úlohou správneho súdu je posúdiť, či správny orgán tento konkrétny skutkový stav (vyobrazenie dvoch nahých žien, s prekrytými intímnymi partiami, vo vyzývavej polohe na billboardoch) správne subsumoval pod neurčitý právny pojem (pohoršujúcim spôsobom). **Pri aplikácii neurčitých právnych pojmov je rozhodujúce, aby správny orgán definoval, čo pod konkrétnym právnym pojmom rozumie a aké znaky a kritéria sú určujúce pri uvážení, či skúmaný skutkový stav podlieha, resp. nepodlieha pod daný právny pojem.**

42. Z rozhodnutí správnych orgánov je dodržanie vyššie popísaného postupu zrejmé, celkom jasne a výstižne je ozrejmená správna úvaha príslušného správneho orgánu. Kasačný súd v súvislosti s uvedeným konštatuje, že napadnuté rozhodnutie je v tomto smere odôvodnené a je v ňom uvedené, akými kritériami sa pri posudzovaní možného porušenia zákona zo strany sťažovateľa správny orgán riadil a na základe akých skutočností dospel k záveru, že k porušeniu zákona došlo. Zvolené kritériá a uvažovanie správneho orgánu sa kasačnému súdu javia logické

a z napadnutého rozsudku správneho súdu nevyplýva žiadna právna argumentácia preukazujúca opak.

43. Na tomto mieste považuje kasačný súd za potrebné zdôrazniť, že sa stotožňuje s právnymi závermi správneho súdu, ktorý konštatoval, že zverejnenie nahoty ľudského tela vo všeobecnosti nie je pohoršujúce. Ide ale o spôsob zobrazenia, ktoré je vnímané ľudským okom vždy individuálne a každý si o tom vytvára svoj vlastný obraz, ktorý však závisí od podrobného zobrazenia tela a spôsobu postavenia tela, jeho pózy a výrazu tváre, atď. ..., čím sa v ľudskej fantázii vytvára ucelený obraz. **Šíriteľ reklamy musí preto rešpektovať vžitú tradíciu a všeobecne platné morálne normy, ktoré spoločnosť ako celok uznáva a ktoré vychádzajú z historických, kultúrnych, príp. aj náboženských zásad a hodnôt väčšiny spoločnosti.**

44. Kasačný súd vo svetle vyššie uvedeného považuje za mimoriadne zásadné zohľadniť tú skutočnosť, že jeden z billboardov bol umiestnený v blízkosti základnej školy, kde je celkom nespochybniteľné očakávateľný zvýšený výskyt detí. **Pri posudzovaní prezentácie nahoty ľudského tela porušujúcim spôsobom šírenou reklamou prostredníctvom billboardov bolo podstatné zohľadniť i uvedený možný vplyv reklamy na maloleté osoby, ktoré mohli byť tejto reklame vystavené aj nedobrovoľne. Kasačný súd má za to, že psychický, rozumový a mravný vývin maloletých osôb môže byť ovplyvnený aj šírenou reklamou. V tomto prípade súd dospel k predmetnému názoru aj po zohľadnení do určitej miery prípustného umeleckého vyobrazenia nahoty, s ohľadom na to, že sa jednalo o komunikáciu hudobného albumu.**

45. Poukazovanie sťažovateľa na to, že identické billboardy sú umiestnené aj na paneloch iných spoločností sa javí z pohľadu posúdenia zisteného skutkového stavu, ako aj z pohľadu zodpovednosti šíriteľa reklamy, či udelenej pokuty súdu, ako irelevantné. Šíriteľ reklamy je povinný dodržiavať všetky zákonom stanovené všeobecné požiadavky na reklamu, za dodržiavanie ktorých zodpovedá objektívne. Tu treba uviesť, že kasačný súd zastáva názor, že napriek tomu, že využitie nahoty ľudského tela je za určitých okolností v reklame prípustné, **nakoľko ide o reklamu šírenú prostredníctvom široko prístupných billboardov, navyše v blízkosti základnej školy, malo byť vo vlastnom záujme sťažovateľa, ako šíriteľa reklamy zvážiť vhodnosť reklamy vo svetle vyššie uvedeného, ako aj to, aké to môže mať pre neho dôsledky z hľadiska zodpovednosti za nedodržanie**

**príslušných ustanovení zákona.**

46. Po preskúmaní podanej kasačnej sťažnosti kasačný súd konštatuje, že s právnymi námietkami sťažovateľa sa správny súd v rozhodnutí riadne vysporiadal a nenechal otvorenú žiadnu spornú otázku, riešenie ktorej by zostalo na kasačnom súde, a preto námietky uvedené v kasačnej sťažnosti vyhodnotil najvyšší súd ako bezpredmetné, ktoré neboli spôsobilé spochybniť vecnú správnosť rozhodnutia. Z uvedeného dôvodu kasačnú sťažnosť podľa § 461 SSP ako nedôvodnú zamietol.

47. O nároku na náhradu trov kasačného konania rozhodol Najvyšší súd Slovenskej republiky tak, že sťažovateľovi, ktorý v tomto konaní nemal úspech, ich náhradu nepriznal (§467 ods. 1 SSP a analogicky podľa § 167 ods. 1 SSP) a rovnako aj žalovanému nárok na ich náhradu nepriznal v súlade s § 467 ods. 1 SSP a analogicky podľa § 168 SSP.

48. Senát Najvyššieho súdu Slovenskej republiky rozhodol pomerom hlasov 3 : 0.

Poučenie: Proti tomuto rozsudku opravný prostriedok nie je prípustný.

V Bratislave, 6. októbra 2020

**JUDr. Milan MORAVA, v.r.**

predseda senátu

členka

**JUDr. Nora HALMOVÁ, v.r.**

členka

Za správnosť vyhotovenia: