

Najvyšší súd
Slovenskej republiky

ROZSUDOK

V MENE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Najvyšší súd Slovenskej republiky v senáte zloženom z predsedníčky senátu JUDr. Jany Hatalovej, PhD. a Členiek senátu JUDr. Zuzany Ďurišovej a JUDr. Eleny Berthotyovej, PhD., v právnej veci žalobkyne: **Mgr. Gabriela Bednárova - Zlaté časy**, miesto podnikania Kpt. 5, Prešov, ICO: 46 115 838, *zastúpenej JUDr.*, proti žalovanému (sťažovateľovi): **Slovenská obchodná inšpekcia, Ústredný inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie**, so sídlom Prievozská 32, pôšt. prieč. 29, Bratislava, o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. SK/0716/99/2016 z 15. marca 2017, v konaní o kasačnej sťažnosti žalovaného proti právoplatnému rozsudku Krajského súdu v Banskej Bystrici č. k. 24S/67/2017-80 z 22. marca 2018, takto

rozhodol:

Najvyšší súd Slovenskej republiky rozsudok Krajského súdu v Banskej Bystrici č. k. 24S/67/2017-80 z 22. marca 2018 **zruš u j e** a vec mu **v r a c i a** na ďalšie konanie.

Odôvodnenie

1. Krajský súd v Banskej Bystrici rozsudkom č.k. 24S/67/2017-80 z 22. marca 2018 podľa § 191 ods. 1 písm. c) Správneho súdneho poriadku (ďalej len „SSP“) zrušil rozhodnutie žalovaného č. SK/0716/99/2016 z 15. marca 2017 a rozhodnutie Slovenskej obchodnej inšpekcie, Inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie v Banskej Bystrici pre Banskobystrický kraj č. R/0298/06/16 z 9. novembra 2016. Žalobkyni priznal nárok na náhradu trov konania.
2. Rozhodnutím č. SK/0716/99/2016 z 15. marca 2017 žalovaný potvrdil prvostupňové rozhodnutie Slovenskej obchodnej inšpekcie, Inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie v Banskej Bystrici pre Banskobystrický kraj č. R/0298/06/16 z 9. novembra 2016, ktorým bola žalobkyni uložená pokuta vo výške 33 200 eur za porušenie povinností ustanovených v § 3 ods. 1 písm. c) zákona č.

147/2001 Z.z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o reklame“) pre nedodržanie všeobecných požiadaviek na reklamu tým, že žalobkyňa šírla reklamu, ktorá prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, keď v postavení objednávateľa a šíriteľa reklamy šírla do poštových schránok a v čase kontroly priamo v kontrolovanej prevádzke Záložňa BREVA, Vajanského 13, Banská Bystrica reklamný leták č. 4/2016, ktorý prezentoval nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, keď na predmetnom šírenom reklamnom obojstranne potlačenom letáku o rozmeroch 105 x 148 mm sa na lícnej strane bez akéhokoľvek súvisu s podnikateľskou činnosťou nachádzalo vyobrazenie nahej ženy od pásu vyššie, ktorá má okolo krku biely golier s čiernou kravatou, pričom v ľavom hornom rohu sa nachádzalo logo Záložne BREVA v tvare modrého obdĺžnika s bielym nápisom „ZÁLOŽŇA“ olemovaného zhora a zdola žltým pásom, a na rubovej strane sa nachádzalo v ľavom hornom rohu logo Záložne BREVA, zoznam miest prevádzok s uvedením kontaktných údajov týchto prevádzok, rôzne predmety (šperky, kočík, porcelán, mince, mobilné telefóny, atď.), v pravom hornom rohu sa nachádzala informácia o predaji na splátky, v pravom dolnom rohu sa nachádzala informácia o e-shope Záložne BREVA, údaj o dátume letáka 4/2016 a ďalšie informácie týkajúce sa prezentácie podnikateľskej Činnosti predávajúceho. Zobrazenie nahej ženy od pásu vyššie v rámci propagácie záložne, predmetom činnosti ktorej je poskytovanie finančných prostriedkov pod podmienkou založenia hnuťelnej veci, nemá okrem upútania pozornosti na reklamu žiadne opodstatnenie a takého zobrazovanie nahoty ľudského tela porušuje všeobecné normy slušnosti, teda uvedený reklamný leták je reklamou, ktorá prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom a ktorého šírenie je v rozpore so všeobecnými požiadavkami na reklamu. Správny orgán súčasne zakázal žalobkyni podľa § 11 ods. 1 zákona o reklame šírenie predmetnej reklamy.

3. Krajský súd v Banskej Bystrici po preskúmaní veci dospel k záveru, že rozhodnutie žalovaného je nezákonné z dôvodu nesprávneho právneho posúdenia veci. Krajský súd konštatoval, že medzi účastníkmi konania nebolo sporné, že žalobkyňa je objednávateľom a tiež šíriteľom predmetného reklamného letáku. K spornej otázke, či predmetná reklama prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, krajský súd poukázal na to, že hlavným účelom reklamy je práve pritiahnutie pozornosti potenciálneho zákazníka a tiež zdôraznil, že zákonodarca povoľuje zobrazovanie nahého ľudského tela v reklame, avšak toto nesmie byť zobrazované pohoršujúcim spôsobom. Správny súd dospel k záveru, že po zhodnotení vizuálu predmetného letáku v celom kontexte v intenciách kritérií stanovených § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame nemožno konštatovať, že by sa jednalo o reklamu, ktorá by bola v rozpore so všeobecnými normami mravnosti a slušnosti, resp. že by zobrazovala nahotu ľudského tela pohoršujúcim alebo poburujúcim spôsobom. Predmetný reklamný leták je podľa názoru krajského súdu možno nevhodný a neetický, avšak nie je možné bez ďalšieho konštatovať, že by sa jednalo o reklamu porušujúcu ustanovenie § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame.

4. Krajský súd poukázal na to, že žalovaný svoje závery podporil argumentáciou uvedenou v nálezoch Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu týkajúcich sa reklamných letákov Záložne BREVA, pričom podľa žalovaného príslušné články Etického kódexu reklamnej praxe platného na území SR, ktoré boli podľa týchto náleзов porušené, svojím obsahom zodpovedajú rozsahu skutkovej podstaty § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame, nakoľko sú tiež spojené s posudzovaním vhodnosti reklamy vzhľadom k reklamovaným produktom, dobrým mravom, slušnosti a použitiu sexizmu. Krajský súd poukázal na to, že žalovaný dospel k záveru o porušení zákona na základe úvahy, že vizuál predmetného letáku, na ktorom je zobrazená nahá modelka, ktorá má odhalený jeden prsník, predstavuje zobrazenie nahého ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, pretože zobrazovanie nahoty ľudského tela je v rozpore s morálkou, slušnosťou a dobrými mravmi, pričom zároveň takéto zobrazenie vykazuje prvky sexistickéj reklamy.

5. Z uvedeného je podľa krajského súdu zrejmé, že žalovaný neposudzoval naplnenie skutkovej podstaty správneho deliktu na základe kritérií, ktoré sú stanovené v § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame, ale predmetný reklamný leták hodnotil z hľadiska etických kritérií stanovených Radou pre reklamu v Etickom kódexe a na základe kritérií a charakteristík sexistickéj reklamy sformulovaných Slovenským strediskom pre ľudské práva, vychádzajúc pritom z doslovnej argumentácie použitej v nálezoch Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu týkajúcich sa posudzovania obdobných, resp. zhodných letákov Záložne B REV A. Krajský súd zdôraznil, že predmetná Komisia bola vytvorená Radou pre reklamu, ktorá je samoregulačným orgánom, a teda nemá postavenie orgánu dozoru v zmysle zákona o reklame a nemôže vykladať ustanovenia tohto zákona. Etický kódex reklamnej praxe vydáva Rada pre reklamu, jeho účelom je kodifikovať etické zásady reklamnej praxe, avšak nenahrádza právnu reguláciu reklamy, len na ňu nadväzuje stanovením etických zásad. Podľa názoru krajského súdu etický kódex definuje všeobecné zásady reklamnej praxe a základné požiadavky na reklamu odlišne od ustanovení § 3 zákona o reklame, a to rozširujúcim spôsobom, pričom etický kódex zakazuje aj také aspekty reklamy, ktoré nie sú v zákone o reklame uvedené.

6. Podľa názoru krajského súdu porušenie § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame nie je možné vyvodzovať ani z účelu tohto zákona, ani z argumentácie uvedenej v nálezoch Arbitrážnej komisie zriadenej Radou pre reklamu. Krajský súd tiež vyslovil, že v správnom trestaní nemožno ukladať sankcie za porušenie zákona len na základe výkladu zákona, navyše vychádzajúc z kritérií, ktoré nie sú v zákone o reklame pri konkrétnej skutkovej podstate definované. Podľa záverov krajského súdu žalovaný z hľadiska vyhodnotenia všeobecných požiadaviek kladených na reklamu, a teda kritérií stanovených práve v § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame, vôbec nekonkretizuje, v čom presne spočívalo pohoršujúce

zobrazenie nahého ľudského tela na predmetnom reklamnom letáku.

7. K námietke žalobkyne, že prvostupňové rozhodnutie orgánu verejnej správy je nepreskúmateľné z dôvodu rozporu medzi výrokom a odôvodnením, keď výrok rozhodnutia odkazuje na § 11 ods. 3 písm. e) zákona o reklame, avšak v odôvodnení sa uvádza, že pokuta bola uložená podľa § 11 ods. 3 písm. d), krajský súd uviedol, že sa jedná o inú zrejmu nesprávnosť, ktorá nemá za následok nezákonnosť rozhodnutia. Z výroku i odôvodnenia prvostupňového rozhodnutia je totiž zrejmé, že pokuta vo výške 33 200 eur bola žalobkyni uložená pre porušenie ustanovenia § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame, za ktoré je možné uložiť pokutu podľa § 11 ods. 3 písm. d), a to v rozpätí od 33 200 do 99 600 eur. Podľa názoru krajského súdu bolo potrebné uvedení zrejmu nesprávnosť opraviť postupom podľa § 47 ods. 6 správneho poriadku, avšak skutočnosť, že žalovaný o podanom odvolaní rozhodol bez toho, aby bola oprava vykonaná, nie je takým porušením ustanovení o konaní pred orgánom verejnej správy, ktoré by malo za následok nezákonnosť rozhodnutia.

Dôvodom pre zrušenie rozhodnutia orgánu verejnej správy nie je totiž akékoľvek porušenie procesného predpisu, ale len také, ktoré je podstatné a ktoré mohlo mať za následok vydanie nezákonného rozhodnutia vo veci samej.

8. Krajský súd tiež uviedol, že v prejednávanej veci by nemohol vyhovieť návrhu žalobkyne na moderáciu uloženej sankcie, nakoľko v zmysle § 198 ods. 2 SSP môže správny súd rozhodnúť podľa odseku 1 uvedeného ustanovenia len tak, ako mohol podľa osobitného predpisu rozhodnúť orgán verejnej správy. V tomto prípade bola pokuta uložená na dolnej hranici zákonnej sadzby a osobitný predpis neumožňuje orgánu verejnej správy upustiť od uloženia sankcie.

9. Proti právoplatnému rozsudku krajského súdu podal žalovaný v zákonnej lehote kasačnú sťažnosť a žiadal, aby najvyšší súd zrušil napadnutý rozsudok a vec vrátil krajskému súdu na ďalšie konanie. Mal za to, že krajský súd rozhodol na základe nesprávneho právneho posúdenia veci (§ 440 ods. 1 písm. g) SSP).

10. Nesúhlasil so záverom krajského súdu, že skutkový stav v preskúmvanom rozhodnutí nebol posudzovaný na základe kritérií stanovených v § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame. V rozhodnutiach správnych orgánov oboch stupňov bolo jasne poukázané na zámer normotvorcu, tak ako vyplýva z dôvodovej správy k zákonu o reklame, podľa ktorej základné požiadavky na reklamu vychádzajú okrem iného zo zásad etiky a pravidiel ochrany spotrebiteľa. Reklama nesmie porušovať hodnoty chránené právnym poriadkom, akými sú ochrana ľudského života a zdravia, životného

prostredia, slobody, spoločensky uznanej morálky, ochrany majetku a pod. Sťažovateľ vo svojom rozhodnutí zdôraznil aj vplyv predmetnej reklamy na maloletých, pre ktorých bola ľahko dostupná z dôvodu spôsobu jej šírenia (formou letákov).

11. Sťažovateľ zdôraznil, že pozitívnymi nálezmi Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu vo veciach letákov záložne BREVA s obdobným a aj totožným vizuálom ako je leták v prejednávanej veci sa v odôvodnení rozhodnutia zaoberal len podporne. Zároveň poukázal na to, že Etický kódex reklamnej praxe ako aj zákon o reklame sú budované na rovnakých princípoch a hodnotách, a preto bolo možné podporne argumentovať aj uvedenými nálezmi. Základné požiadavky na reklamu uvedené v zákone o reklame a v Etickom kódexe reklamnej praxe sú vzájomne prepojené.

12. Sťažovateľ namietal, že krajský súd sa obmedzil na prerozprávanie administratívneho spisu, žaloby a vyjadrenia k žalobe, avšak namiesto toho, aby v dostatočnej miere ozrejmil dôvody svojho rozhodnutia, stotožnil sa len s argumentáciou uvedenou v žalobe a nevyhodnotil protiargumentáciu sťažovateľa.

13. Žalobkyňa v písomnom vyjadrení kukasačnej sťažnosti sa stotožnila so závermi uvedenými v rozsudku krajského súdu a navrhla kasačnú sťažnosť ako nedôvodnú zamietnuť. Poukázala na to, že jedinou záväznou časťou rozhodnutia je jeho výrok, v ktorom správny orgán konštatoval porušenie zákona z dôvodu prezentácie ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, a nie rozpor reklamy s dobrými mravmi alebo naplnenie znakov sexistickkej reklamy.

14. K posudzovanému reklamnému letáku žalobkyňa uviedla, že modelka na ňom nie je zobrazená pohoršujúcim spôsobom, ale je vyobrazená vkusne, je čiastočne zahalená, celkový vizuál letáka nepôsobí vulgárne. Reklamný leták neobsahuje žiadne pornografické prvky a nezobrazuje modelku spôsobom, ktorý by čo i len naznačoval ponižovanie či dehonestovanie žien.

15. V súvislosti s údajným ohrozovaním mravného vývoja maloletých žalobkyňa uviedla, že zodpovednosť za výchovu a mravný vývoj maloletých nesú primárne ich rodičia, preto nie je správne prenášať zodpovednosť za ich výchovu na žalobkyňu.

16. Najvyšší súd Slovenskej republiky konajúci ako kasačný súd postupom podľa § 452 anasl. SSP preskúmal napadnutý rozsudok krajského súdu spolu s konaním, ktoré predchádzalo jeho vydaniu a jednomyselne dospel k záveru, že kasačná sťažnosť je dôvodná. Rozhodol bez nariadenia

pojednávania podľa ustanovenia § 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 (§ 137 ods. 2 a 3 SSP).

17. Predmetom preskúmania v prejednávanej veci je rozhodnutie sťažovateľa, ktorým bola žalobkyni uložená pokuta vo výške 33 200 eur za porušenie § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame, a to nedodržanie všeobecných požiadaviek na reklamu tým, že žalobkyňa šírla reklamu, ktorá prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom. Správny orgán súčasne zakázal žalobkyni podľa § 11 ods. 1 zákona o reklame šírenie predmetnej reklamy.

18. Žalobkyňa do poštových schránok ako aj v kontrolovanej prevádzke Záložňa BREVA (so sídlom Vajanského 13, Banská Bystrica) šírla reklamný leták o rozmeroch 105 x 148 mm, obojstranne potlačený, na ktorého lícnej strane je vyobrazená nahá žena od pásu vyššie, ktorá má okolo krku biely golier s čiernou kravatou, jeden prsník je prekrytý vlasmi, druhý je odhalený. V ľavom hornom rohu letáku je logo Záložne BREVA a na rubovej strane sa okrem loga záložne nachádzajú informácie týkajúce sa prezentácie podnikateľskej činnosti, ako je zoznam prevádzok s uvedením kontaktných údajov, vyobrazenie rôznych predmetov (šperky, kočík, porcelán, mince, mobilné telefóny, atď.), informácia o predaji na splátky, informácia o e-shope Záložne BREVA.

19. Správne orgány dospeli k záveru, že zobrazenie nahej ženy od pásu vyššie v rámci propagácie záložne, predmetom činnosti ktorej je poskytovanie finančných prostriedkov pod podmienkou založenia hnuťelnej veci, nemá okrem upútania pozornosti na reklamu žiadne opodstatnenie a takéto zobrazovanie nahoty ľudského tela porušuje všeobecné normy slušnosti, teda uvedený reklamný leták je reklamou, ktorá prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom a ktorého šírenie je v rozpore so všeobecnými požiadavkami na reklamu.

20. V odôvodnení rozhodnutia sťažovateľ poukázal na to, že zákonodarca bližšie nešpecifikuje, čo treba chápať pod pojmom „pohoršujúci spôsob“, preto jeho výklad uskutočňuje orgán aplikujúci právo. Zdôraznil, že je nutné rozlišovať medzi kritériami na zobrazovanie nahoty ľudského tela za účelom umeleckej tvorby a za účelom propagácie výrobkov, služieb a iných výkonov s cieľom ich uplatnenia na trhu. Reklama musí spĺňať požiadavky podmienené jej účelom využitia a v tomto kontexte je potrebné vykladať aj zákonný pojem pohoršujúci spôsob prezentovania nahoty ľudského tela. Poukázal na to, že fyzická osoba si môže vybrať, či sa dostane do kontaktu s určitým druhom umenia, reklama je však distribuovaná fyzickým osobám ako príjemcom reklamy bez ich súhlasu, ako tomu bolo

aj v tomto prípade, kedy žalobkyňa šírila reklamu jednak do poštových schránok spotrebiteľov, ale aj v rámci svojej prevádzkarne. Argumentoval, že nemožno mať žiadnu pochybnosť o tom, že nahá modelka s odkrytou bradavkou s bielym golierom okolo krku a čiernou kravatou opretá o stĺp žiadnym spôsobom nesúvisí s predmetom podnikania žalobkyne. Obnažená žena slúži výlučne len ako pútač či dekorácia, pričom reklama nesúvisí s poskytovanými službami.

21. Sťažovateľ v odôvodnení svojho rozhodnutia uviedol, že podstatným kritériom pre ustálenie, či ide o prezentáciu nahoty ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, je hľadisko mravné a morálne. Zneužitie nahého tela modelky za účelom propagácie produktov nie je v zmysle definícií morálky dobré. K zjavnému vybočeniu z uznávaných a všeobecne platných pravidiel v našej spoločnosti došlo aj z pohľadu kritérií mravnosti, nakoľko obnaženie ženských prs prekračuje prípustnú hranicu prezentácie nahoty ľudského tela, je spôsobilé pohoršovať väčšiu skupinu spoločnosti a zásadným spôsobom môže ohroziť mravný vývoj mladistvých.

22. Sťažovateľ tiež podporne poukázal na nálezy Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu, ktorá v osemnástich nálezoch posudzovala reklamnú prezentáciu Záložne BREVA, pričom konštatovala porušenie Etického kódexu reklamnej praxe, pričom obsahovo tieto porušenia zodpovedali rozsahu skutkovej podstaty § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame, nakoľko boli spojené s posudzovaním vhodnosti reklamy vzhľadom k reklamovaným produktom, dobrým mravom, slušnosti a použitiu sexizmu. Sťažovateľ tiež vo svojom rozhodnutí vyslovil záver, že posudzovaný reklamný leták naplňa kritériá sexistického reklamy, pričom jednotlivé kritéria detailne rozobral.

23. Podľa § 1 zákona o reklame tento zákon ustanovuje všeobecné požiadavky na reklamu, požiadavky na reklamu niektorých produktov, ochranu spotrebiteľov a podnikateľov pred účinkami neprípustnej porovnávacej reklamy a pôsobnosť orgánov verejnej správy pri výkone dozoru alebo dohľadu (ďalej len "dozor") nad dodržiavaním tohto zákona. Tento zákon sa použije, ak osobitný zákon neustanovuje inak.

24. Podľa § 2 ods. 1 písm. a) zákona 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.

25. Podľa § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame reklama nesmie prezentovať nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom.

26. Podľa § 10 písm. 0 zákona o reklame dozor nad dodržiavaním tohto zákona vykonávajú Slovenská obchodná inšpekcia nad reklamou tabakových výrobkov a reklamou, nad ktorou podľa vecnej príslušnosti nevykonávajú dozor orgány uvedené v písmenách a) až e).

27. Podľa § 11 ods. 1 zákona o reklame ak orgány dozoru podľa § 10 (ďalej len "orgán dozoru") zistia porušenie tohto zákona, šírenie reklamy zakázu; 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 častí a povinnosť zverejnenia opravného vyhlásenia v hromadných oznamovacích prostriedkoch.

28. Podľa § 11 ods. 3 písm. c) zákona o reklame okrem opatrení podľa odsekov 1 a 2 orgán dozoru uloží pokutu do 66 400 eur šíriteľovi reklamy za porušenie všeobecných požiadaviek na reklamu podľa § 3 ods. 1 okrem písmen b) a c), ods. 3 až 6 a požiadaviek na reklamu niektorých produktov podľa § 5 až 7, § 8 ods. 4 a § 9 a držiteľovi rozhodnutia o registrácii lieku, ktorý je predmetom reklamy, za porušenie ustanovení § 8 ods. 11, 15, 16, 19 až 22 a 24.

29. Krajský súd v Banskej Bystrici po preskúmaní rozhodnutia sťažovateľa dospel k záveru, že rozhodnutie žalovaného je nezákonné z dôvodu nesprávneho právneho posúdenia veci. Podľa názoru krajského súdu posudzovaný leták v kontexte kritérií stanovených v § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame nie je reklamou, ktorá by zobrazovala nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom. Krajský súd vytýkal sťažovateľovi, že naplnenie skutkovej podstaty správneho deliktu neposudzoval na základe zákonných kritérií, ale z hľadiska etických kritérií stanovených Radou pre reklamu, čo je neprípustné aj z dôvodu, že Rada pre reklamu nie je orgánom dozoru v zmysle zákona o reklame a tiež Etický kódex reklamnej praxe definuje základné požiadavky na reklamu odlišne od ustanovení § 3 zákona o reklame, a to rozširujúcim spôsobom.

30. Najvyšší súd Slovenskej republiky ako súd kasačný v medziach kasačnej sťažnosti preskúmal napadnutý rozsudok krajského súdu ako aj konanie, ktoré mu predchádzalo, a dospel k záveru, že krajský súd vec nesprávne právne posúdil a jeho záver o nezákonnosti rozhodnutia sťažovateľa je predčasný.

31. Po oboznámení sa s dôvodmi preskúmaného rozhodnutia správneho orgánu najvyšší súd konštatuje, že závery krajského súdu o tom, že sťažovateľ nekonkretizoval, v čom spočívalo pohoršujúce zobrazenie nahého ľudského tela a že predmetný reklamný leták posudzoval z hľadiska Etického kódexu reklamnej praxe a nie z hľadiska kritérií stanovených v § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame, nemajú oporu v texte odôvodnenia preskúmaného rozhodnutia. Sťažovateľ v odôvodnení rozhodnutia vysvetľuje a ozrejmjuje, čo konkrétne podľa jeho názoru napĺňa obsah pojmu „prezentácia nahoty ľudského tela pohoršujúcim spôsobom“ a v tomto kontexte potom následne posudzuje, ako

naplnilo zobrazenie nahého ženského tela na reklamnom letáku žalobkyne obsah tohto pojmu, teda skutkovú podstatu správneho deliktu. Stručne tieto dôvody najvyšší súd zhrnul v bode 19. až 21. tohto rozsudku.

32. Najvyšší súd v tejto súvislosti musí uviesť, že nie v rozhodnutí sťažovateľa absentuje zdôvodnenie, akým spôsobom správny orgán aplikoval normatívne ustanovenie (§ 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame) na zistený skutkový stav, aleje to práve rozsudok krajského súdu, v ktorom chýba relevantné právne posúdenie veci, keď krajský súd vyslovil záver, že posudzovaný leták v kontexte kritérií stanovených v § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame nezobrazuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, avšak toto kategorické konštatovanie relevantným spôsobom neodôvodnil, teda nevysvetlil, v kontexte akých konkrétnych kritérií možno považovať reklamný leták za súladný so zákonom.

33. V tejto časti odôvodnenie napadnutého rozsudku nemožno považovať za presvedčivé, spĺňajúce požiadavky uvedené v ustanovení § 139 ods. 2 SSP. Nakoľko v odôvodnení rozsudku absentuje samotná logická úvaha krajského súdu, z ktorej by bolo zrejmé, akým spôsobom krajský súd vyhodnotil skutkové zistenia vo vzťahu k relevantnej právnej úprave, vysporiadajúc sa pritom s konkrétnou argumentáciou oboch účastníkov konania, najvyšší súd konštatuje, že svojím postupom krajský súd porušil právo sťažovateľa na spravodlivý proces, ktoré vychádza z čl. 46 ods. 1 a ods. 2 Ústavy SR.

34. Pokiaľ krajský súd považoval za neprípustné, keď správny orgán svoje závery podporil nálezmi Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu, pričom uvádzal, že sťažovateľ naplnenie skutkovej podstaty správneho deliktu posudzoval z hľadiska etických kritérií stanovených Radou pre reklamu, najvyšší súd konštatuje, že v tomto ohľade dospel krajský súd k nesprávnym právnym záverom. Z rozhodnutia sťažovateľa je zrejmé, že na nálezy Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu sťažovateľ poukázal len podporne, etickým kódexom sa nijako zvlášť nezaoberal, a už vôbec z rozhodnutia nevyplýva, že by posudzovaný skutok podriadil pod ustanovenia etického kódexu a nie pod ustanovenia všeobecne záväzného právneho predpisu. Poukazovanie na nálezy Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu sťažovateľ odôvodnil rovnakým predmetom konania a zhodnými východiskami aplikovaných noriem. Táto argumentačná rovina rozhodne nebola zo strany sťažovateľa ťažisková, majúca podstatný vplyv na posúdenie veci.

35. Najvyšší súd uvádza, že pokiaľ krajský súd konštatoval, že Etický kódex reklamnej praxe definuje základné požiadavky na reklamu odlišne od ustanovení § 3 zákona o reklame, a to rozširujúcim spôsobom, nijako toto svoje tvrdenie nešpecifikoval a vo vzťahu k preskúmanému rozhodnutiu

neuviedol, aké konkrétne kritériá ovplyvnili klasifikáciu skutku ako správneho deliktu, a pritom nemali základ v normatívnej kvalifikácii obsiahnutej v § 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame, ale len v ustanoveniach Etického kódexu reklamnej praxe.

36. Najvyšší súd Slovenskej republiky tiež poukazuje na nesprávny záver krajského súdu, keď vyslovil, že v správnom trestaní nemožno ukladať sankcie len na základe výkladu zákona, vychádzajúc z kritérií, ktoré nie sú pri konkrétnej skutkovej podstate definované. 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. 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 nahej ženy na reklamnom letáku) 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.

37. Najvyšší súd v súvislosti s uvedeným konštatuje, že napadnuté rozhodnutie sťažovateľa je v tomto smere odôvodnené a je v ňom uvedené, akými kritériami sa pri posudzovaní možného porušenia zákona zo strany žalobkyne správny orgán riadil a na základe akých skutočností dospel k záveru, že k porušeniu zákona došlo. Najvyššiemu súdu sa zvolené kritériá a uvažovanie správneho orgánu javia logické a z napadnutého rozsudku krajského súdu nevyplýva žiadna právna argumentácia preukazujúca opak a odôvodňujúca záver krajského súdu, že napadnuté rozhodnutie je nezákonné. Na tomto mieste považuje najvyšší súd za vhodné zdôrazniť, že sa stotožňuje s argumentáciou sťažovateľa, že spôsob vyobrazenia nahého ľudského tela musí byť vyhodnotený vo vzťahu ku konkrétnemu predmetu reklamy.

38. V súlade s konštatovaním krajského súdu najvyšší súd poukazuje aj na to, že v druhostupňovom rozhodnutí sa žalovaný stotožnil aj so záverom prvostupňového orgánu o rozpore reklamného letáku s dobrými mravmi. Vzhľadom na to, že takéto porušenie vo výroku rozhodnutia konštatované nebolo, javí sa táto časť argumentácie sťažovateľa ako nadbytočná. Nemožno však konštatovať, že by správny orgán vo výroku rozhodnutia konštatoval porušenie jedného ustanovenia

právneho predpisu (§ 3 ods. 1 písm. c) zákona o reklame) a v odôvodnení dospel k záveru o porušení iného, odlišného ustanovenia právneho predpisu.

39. Vzhľadom na všetky uvedené skutočnosti Najvyšší súd Slovenskej republiky ako súd kasačný podľa § 462 ods. 1 SSP rozsudok Krajského súdu v Banskej Bystrici č. k. 24S/67/2017-80 z 22. marca 2018 zrušil a vec mu vrátil na ďalšie konanie.. Úlohou krajského súdu v ďalšom konaní bude vec opätovne prejednať v medziach podanej správnej žaloby a následne rozhodnúť, pričom krajský súd bude povinný svoje rozhodnutie náležite a presvedčivo odôvodniť, vysporiadať sa s právnym posúdením skutku vo vzťahu k porušeniu zákonného ustanovenia konštatovaného vo výroku rozhodnutia správneho orgánu a vyselektovať tie časti argumentácie v odôvodnení rozhodnutia, ktoré nemajú súvis so záväzne konštatovaným porušením právneho predpisu a právne posúdenie skutkového stavu neovplyvňujú.

40. Vzhľadom k tomu, že kasačný súd zrušil napadnutý rozsudok Krajského súdu v Banskej Bystrici a vec mu vrátil na ďalšie konanie, v súlade s § 467 ods. 3 SSP o nároku na náhradu trov kasačného konania rozhodne krajský súd.

41. Senát Najvyššieho súdu Slovenskej republiky v danej veci rozhodol pomerom hlasov 3:0.

Poučenie: Proti tomuto rozsudku opravný prostriedok **nie je** prípustný.

V Bratislave 22. mája 2019

JUDr. Jana Hatalova, PhD., v. r.

predsedníčka senátu

JUDr. Zuzana Ďurišová, v. r.

členka senátu

JUDr. Elena Berthotyová, PhD., v. r.

členka senátu

