

Najvyšší správny súd
Slovenskej republiky

5Stk/5/2022
IČS:6019200473



ROZSUDOK V MENE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Najvyšší správny súd Slovenskej republiky, v senáte zloženom z predsedníčky senátu JUDr. Petry Príbelskej, PhD. (spravodajca) a sudcov JUDr. Anity Filovej, aJUDr. Juraja Vališa, LL.M., v právnej veci žalobkyne (sťažovateľka): **Mgr. Gabriela Bodnárová**, (t.č. podnikajúca pod obchodným menom **Mgr. Gabriela Bodnárová - Zlaté časy**, s miestom podnikania Kpt. Nálepku 5, Prešov, IČO: 46 115 838), *právne zastúpená: JUDr. ...*, proti žalovanému: **Slovenská obchodná inšpekcia, Ústredný inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie**, so sídlom Prievozská 32, Bratislava, o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. SK/0716/99/2016 zo dňa 15. marca 2017, konajúc o kasačnej sťažnosti žalobkyne proti rozsúdum Krajského súdu v Banskej Bystrici č.k.24S/174/2019-44 zo dňa 9. septembra 2021,

rozhodol:

Kasačná sťažnosť sa **zamietla**.

Účastníkom konania sa náhrada trov kasačného konania **nepriznáva**.

Odôvodnenie

L Krajský súd v Banskej Bystrici (ďalej len „krajský súd“ alebo „správny súd“) rozsudkom č.k. 24S/174/2019-44 zo dňa 9. septembra 2021 postupom podľa § 190 zákona č. 162/2015 Z.z. Správneho súdneho poriadku (ďalej len „S.s.p.“) zamietol žalobu, ktorou sa žalobkyňa domáhala preskúmania zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. SK/0716/99/2016 zo dňa 15. marca 2017. O trovách konania

rozhodol s poukazom na § 167 ods. 1 S.s.p. tak, že žalobkyni náhradu trov konania, vrátane trov kasačného konania nepriznal.

2. Rozhodnutím č. SK/0716/99/2016 zo dňa 15. marca 2017 žalovaný potvrdil prvostupňové rozhodnutie Inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie v Banskej Bystrici pre Banskobystrický kraj Č. R/0298/06/16 zo dňa 9. novembra 2016, ktorým bola žalobkyni uložená polenta vo výške 33 200,- € 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 zobrazuje 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 hnutelnej 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 zobrazuje 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 rozhodujúc o žalobe žalobkyne proti vyššie uvedenému rozhodnutiu žalovaného skôr vydaným rozsudkom č.k. 24S/67/2017-80 zo dňa 22. marca 2018 napadnuté rozhodnutie žalovaného z dôvodu nesprávneho právneho posúdenia veci zrušil a vec vrátil žalovanému na ďalšie konanie. Proti tomuto rozsudku správneho súdu žalovaný včas podal kasačnú sťažnosť, po zistení dôvodnosti ktorej Najvyšší súd Slovenskej republiky ako kasačný súd rozsudkom č.k.l0Asan/17/2018 zo dňa 22. mája 2019

rozhodol o zrušení predmetného rozsudku správneho súdu. V odôvodnení rozsudku kasačný súd predovšetkým konštatoval, že správny súd vec nesprávne posúdil s tým, že po oboznámení sa s dôvodmi preskúmaného rozhodnutia závery krajského súdu o tom, že sťažovateľ (žalovaný) 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.

4. Správny súd po zrušení uvedeného skôr vydaného rozsudku vec opätovne prejednal a v odôvodnení svojho rozhodnutia sa zaoberal právnym posúdením veci s ohľadom na žalobkyňou predstreté žalobné námietky. Správny súd primáme uviedol, že rozhodnutie prvostupňového orgánu verejnej správy má náležitosti stanovené podľa § 47 ods. 2 Správneho poriadku, pričom výrok obsahuje rozhodnutie vo veci s uvedením ustanovenia právneho predpisu, podľa ktorého sa rozhodlo, vrátane opisu skutku a určenia miesta a času zistenia nedostatku, ktoré zabezpečujú nezameniteľnosť skutku s iným skutkom, ako aj náležitosti podľa § 47 ods. 3 Správneho poriadku. Správny súd sa stotožnil so záverom žalovaného uvedeným v odôvodnení napadnutého rozhodnutia, ktorý skutočnosť, že vo výroku prvostupňového rozhodnutia orgánu verejnej správy bolo nesprávne uvedené, že pokuta sa žalobkyni ukladá podľa § 11 ods. 3 písm. e/ zákona o reklame, pričom správne malo byť uvedené podľa § 11 ods. 3 písm. d/ zákona o reklame, vyhodnotil ako inú zrejmu nesprávnosť. Z výroku i odôvodnenia prvostupňového rozhodnutia je totiž zrejmé, že pokuta bola žalobkyni uložená vo výške 33 200,- € za porušenie všeobecných požiadaviek na reklamu podľa ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, za ktoré je podľa § 11 ods. 3 zákona o reklame možné uložiť pokutu podľa písm. d/ tohto zákona a to v rozpätí od 33 200,- € do 99 600,- €. Skutočnosť, že žalovaný o podanom odvolaní rozhodol bez toho, aby bola naznačeným spôsobom odstránená vyššie uvedená zrejma nesprávnosť vo výroku prvostupňového rozhodnutia však nie je takým porušením ustanovení o konaní pred orgánom verejnej správy, ktoré by malo za následok nezákonnosť rozhodnutia.

5. Správny súd sa ďalej zaoberal námietkou žalobkyne, ktorou namietala nezákonnosť rozhodnutí orgánov verejnej správy z dôvodu, že tieto vychádzajú z nesprávneho právneho posúdenia veci. Argumentovala, že predmetný leták nie je reklamou porušujúcou ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, nakoľko nahota modelky nie je zobrazená pohoršujúcim spôsobom (tvrdiac, že modelka má len odhalený prsník, pričom na letáku nie sú viditeľné pohlavné orgány), nie sú naplnené kritériá sexistického reklamy a leták č. 04/2016 neodporuje dobrým mravom. V tejto súvislosti krajský súd poukázal na účel zákona o reklame, ktorý je vymedzený v § 1 tohto zákona v štyroch oblastiach, pričom jednou z týchto oblastí je stanovenie všeobecných požiadaviek na reklamu. Podľa dôvodovej správy

k zákonu o reklame, tak ako na ňu poukázal aj žalovaný, základné požiadavky na reklamu vychádzajú z právne záväzných pravidiel hospodárskej súťaže, zásad etiky a ochrany spotrebiteľa. Reklama sa obmedzuje zákazom takej jej 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 18 rokov veku. Obmedzenia reklamy vyplývajú z tradícií a skúseností získaných v priebehu vývoja reklamy. Majú spoločný medzinárodný štandard, ktorý je aj v SR kodifikovaný v Etickom kódexe reklamy, ktoré vydalo združenie reklamných agentúr a jej orgán Rada pre reklamu.

6. Krajský súd ďalej poukázal na závery vyplývajúce z rozhodnutia žalovaného, v rámci ktorých sa zaoberal výkladom pojmu „pohoršujúci“ (prvostupňový orgán v odôvodnení svojho rozhodnutia poukázal vo vzťahu k výkladu pojmu „pohoršujúci“ na jeho gramatický výklad, resp. synonymá) a ďalej sa stotožnil s definíciou sexistickéj reklamy a jej pojmovými znakmi tak, ako ich uviedol prvostupňový orgán verejnej správy v napadnutom rozhodnutí (v tejto súvislosti správny súd poukázal na to, že predmetné pojmové znaky sexistickéj reklamy boli vytvorené reklamnou praxou, resp. boli definované v materiáloch Slovenského strediska pre ľudské práva a prvostupňový orgán verejnej správy vychádzal z tam uvedených pojmových znakov a definícií, na ktoré poukázal a následne sa s nimi stotožnil). Žalovaný sa podľa odôvodnenia napadnutého rozhodnutia stotožnil aj so záverom prvostupňového orgánu verejnej správy, ktorý poukázal na rozpor uvedenej reklamy s dobrými mravmi. Správny súd v tejto súvislosti zhodne s názorom vysloveným v rozhodnutí kasačného súdu zo dňa 22. mája 2019 konštatoval, že vzhľadom na to, že takéto porušenie vo výroku prvostupňového rozhodnutia orgánu verejnej správy nebolo konštatované, je potrebné túto časť argumentácie žalovaného vyhodnotiť ako nadbytočnú. Z tohto dôvodu nie je možné konštatovať, že by prvostupňový orgán verejnej správy 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. Poukaz na rozpor uvedenej reklamy s dobrými mravmi v odôvodnení rozhodnutia žalovaného preto nespôsobuje zákonnosť napadnutého rozhodnutia žalovaného. Správny súd ďalej poukázal na to, že obdobne ako prvostupňový orgán verejnej správy i žalovaný svoje závery podporil aj argumentáciou uvedenou v nálezoch Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu týkajúcich sa reklamných letákov Záložne BREVA, ktorá tieto vyhodnotila vo zverejnených nálezoch ako pozitívne z obdobného dôvodu ako žalovaný. Žalovaný konštatoval, že príslušné články Etického kódexu reklamnej praxe platného na území SR, ktoré boli (podľa predmetných nálezov) 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.

7. Ďalej správny súd podotkol, že hlavným účelom reklamy ako takej je práve pritiahnutie pozornosti potenciálneho zákazníka. Účelom reklamy je osloviť, zaujať, upútať pozornosť príjemcu reklamy, resp. spotrebiteľa. Obdobne je potrebné súhlasiť so žalobkyňou, že reklamu (reklamný leták) je potrebné hodnotiť v celom svojom kontexte a nie len v jeho jednotlivých častiach. Z ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame vyplýva, že reklama nesmie prezentovať nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom. Z toho vyplýva, že zákonodarca povoľuje zobrazovanie nahého ľudského tela v reklame, avšak toto nesmie byť zobrazované pohoršujúcim spôsobom. Z uvedeného je možné vyvodiť logický záver, že zobrazenie nahoty ľudského tela samo o sebe nie je pohoršujúce. Pri aplikácii neurčitých právnych pojmov je rozhodujúce, aby orgán verejnej správy definoval, čo pod konkrétnym právnym pojmom rozumie a aké znaky a kritériá sú určujúce pri uvážení, či skúmaný skutkový stav podlieha resp. nepodlieha pod daný právny pojem.

8. Krajský súd vyhodnotil ako správnu argumentáciu žalovaného, že je nutné rozlišovať medzi kritériami na zobrazovanie nahoty ľudského tela za účelom umeleckej tvorby, 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 zákonný pojem „pohoršujúci spôsob“ prezentovania nahoty ľudského tela. 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. 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. Správny súd poukázal na odôvodnenie napadnutého rozhodnutia žalovaného, v ktorom žalovaný uviedol, že podstatným kritériom pre ustálenie, či ide o prezentáciu nahoty ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, je hľadisko mravné a morálne. Správny súd sa stotožnil s hodnotením žalovaného i prvostupňového orgánu verejnej správy, že zobrazenie do pol pása nahej ženy, ktorý tvorí dominantnú časť vizuálu líčnej strany predmetného letáku, je neopodstatnené, účelové, sexistické a stvárňujúce ženu výlučne ako sexuálny objekt, keďže toto nemá žiaden súvis s predmetom činnosti subjektu, ktorý prostredníctvom reklamy propaguje svoje služby na trhu záložní (žalobkyňa). Žena je v predmetnom letáku vyobrazená len za účelom pritiahnutia pozornosti ako sexuálna atrakcia. Takéto zobrazenie ženy (do pol pása nahej), resp. s odhaleným jedným prsníkom, vo vyzývavej polohe, spadá do intímnej sféry každého človeka. Je preto možné konštatovať, že predmetná reklama prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom.

9. Správny súd taktiež poznamenal, že konanie žalobkyne vzhľadom na vyššie uvedené je nutné považovať za konanie v rozpore s úmyslom zákonodarcu. Predmetná reklama (reklamný leták) vo verejnosti aj skutočne vyvolal pohoršenie, o čom svedčí aj podnet oznamovateľa. Zverejnenie nahoty ľudského tela vo všeobecnosti nie je pohoršujúce, a ani nie je *expressis verbis* zakázané, ide však o spôsob zobrazenia, ktoré je vnímané ľudským okom vždy individuálne a každý si o tom môže vytvoriť svoj vlastný obraz, resp. dojem, ktorý však závisí od podrobného zobrazenia tela, spôsobu zobrazenia tela, jeho pózy, výrazu tváre modelky a pod., čím sa v ľudskej fantázii vytvára ucelený obraz. Šíriteľ reklamy preto musí rešpektovať vžitú tradíciu a všeobecné platné normy morálky a mravnosti, ktoré spoločnosť ako celok uznáva a ktoré vychádzajú z historických, kultúrnych, prípadne aj náboženských zásad a hodnôt väčšiny spoločnosti.

10. Pokiaľ žalovaný i prvostupňový orgán verejnej správy v odôvodnení rozhodnutí poukázali na nálezy Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu (ktorá posudzovala letáky zamerané na prezentáciu záložne Breva s obdobným vizuálom líčnej strany, ako aj s totožným vizuálom líčnej strany s reklamným letákom šíreným žalobkyňou, ktorý je predmetom posudzovania v preskúvanom prípade), na tieto nálezy poukázali len podporne a tento postup orgány verejnej správy odôvodnili rovnakým predmetom konania a zhodnými východiskami aplikovaných noriem, pričom táto argumentačná rovina nebola zo strany orgánu verejnej správy ťažisková a nemá teda podstatný vplyv na posúdenie veci. Rovnako, pokiaľ žalovaný i prvostupňový orgán verejnej správy v odôvodnení napadnutých rozhodnutí konštatovali, že šírením preskúvaného reklamného letáku sú naplnené znaky šírenia sexistického reklamy, v dôsledku čoho by konanie žalobkyne mohlo byť považované za porušenie ustanovení zákona o reklame v dôsledku šírenia reklamy, ktorá znevažuje ľudskú dôstojnosť, resp. ktorá obsahuje akúkoľvek diskrimináciu na základe pohlavia (§ 3 ods. 1 písm. a/), alebo ak by takáto reklama propagovala vulgárnosť (§ 3 ods. 1 písm. b/), táto časť argumentácie je rovnako nadbytočná, keďže prvostupňový orgán verejnej správy vo výroku prvostupňového rozhodnutia, ktoré bolo potvrdené napadnutým rozhodnutím žalovaného, nekonštatoval porušenie ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame. Pokiaľ žalobkyňa poukázala na to, že pod právo na slobodu prejavu sa subsumuje aj reklama, v dôsledku čoho má požívať ústavnoprávnu a medzinárodnoprávnu ochranu, poukazujúc na v žalobe označený rozsudok ESLP (taktiež bez konkretizácie skutkových a právnych okolností, ktoré by boli zhodné, alebo obdobné s preskúvaným prípadom), správny súd uviedol, že bez toho, aby žalobkyňa v žalobe súčasne tvrdila, že vydaním napadnutého rozhodnutia došlo k zásahu do ňou označených práv a uviedla konkrétne akým spôsobom, nemožno bez ďalšieho konštatovať nezákonnosť napadnutého rozhodnutia. Pre úplnosť správny súd uviedol že žalobkyňa má právo na reklamu, avšak toto právo musí realizovať za podmienok stanovených zákonom, v tomto prípade zákonom o reklame.

11. Pokiaľ žalobkyňa v replike (t.j. po uplynutí lehoty stanovenej v § 181 ods.1 S.s.p.) tvrdila, že by mal pre rozhodnutie orgánu verejnej správy zavážiť záver Inšpekčného záznamu SOI, Inšpektorát SOI v Prešove, predmetom ktorého bol veľmi podobný reklamný leták, pri posudzovaní ktorého orgán verejnej správy dospel k záveru, že tento nezobrazuje ľudské telo pohoršujúcim spôsobom, správny súd uviedol, že žalobkyňa jednak neuviedla, ktoré ustanovenie ktorého právneho predpisu orgán verejnej správy porušil, ak ňou naznačeným spôsobom nepostupoval, a jednak každý prípad je orgán verejnej správy povinný posudzovať individuálne, s prihliadnutím na jeho špecifiká a zistený skutkový stav konkrétnej veci vyplývajúci z vykonaného dokazovania, a preto je toto tvrdenie žalobkyne vo vzťahu k zákonnosti napadnutého rozhodnutia irelevantné a nemožno k nemu prihliadať.

12. K námietke žalobkyne, že medzi vizuálom reklamného letáku, na ktorom je zobrazená (od pásu vyššie) nahá žena a reklamovaným tovarom, resp. poskytovanými službami - o.i. výkup a predaj šperkov, je súvis, keďže šperky sa spájajú so ženami a ide o spojenie vžitú a zaužívanú správny súd poznamenal, že modelka - od pásu vyššie nahá žena zobrazená na reklamnom letáku - nesúvisí s predávaným tovarom - šperkmi, keďže samotná modelka nemá na sebe žiadne šperky (a ani šperky samotné, ani iný tovar, sa na prednej strane letáku nenachádzajú) a takto zobrazená nahá žena nesúvisí ani s poskytovaním služieb záložne. Napokon na propagáciu predaja šperkov nie je nevyhnutné, aby modelka na reklamnom letáku bola nahá, resp. mala odhalené prsia.

13. Vo vzťahu k návrhu žalobkyne na aplikáciu príslušných ustanovení o moderácii, krajský súd uviedol, že žalobkyňa v žalobe neuviedla dôvody, pre ktoré navrhla aplikovať príslušné ustanovenia o sankčnej moderácii ani to, akým spôsobom by mal správny súd modifikovať uloženú sankciu. Správny súd navyše uviedol, že v tomto prípade by ani nemohol aplikovať predmetné ustanovenie S.s.p., keďže v zmysle § 198 ods. 2 S.s.p. môže správny súd rozhodnúť podľa § 198 ods. 1 S.s.p. len tak, ako mohol podľa osobitného predpisu (Zákona o reklame) rozhodnúť orgán verejnej správy (v tomto prípade bola žalobkyni uložená pokuta na dolnej hranici zákonnej sadzby a osobitný predpis neumožňuje orgánu verejnej správy upustiť od uloženia sankcie).

14. Proti tomuto rozsudku podala žalobkyňa - sťažovateľka z dôvodu uvedeného v ust. § 440 ods. 1 písm. g/ S.s.p. (nesprávne právne posúdenie veci) kasačnú sťažnosť. V súvislosti s krajským súdom zvoleným právnym posúdením veci, konkrétne k výkladu § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame uviedla, že predmetný zákon ustanovuje všeobecné požiadavky na reklamu s tým, že neukladá šíriteľovi/objednávateľovi reklamy povinnosť vo vzťahu k tomu, aké má byť prevedenie reklamy, aký musí mať reklama vizuál a pod. Výnimku z uvedeného predstavuje § 3 ods. 2 zákona o reklame. Je pritom

na uvážení a rozhodnutí samotného objednávateľa/šíriteľa reklamy, aké bude mať reklama prevedenie, aký bude mať celkový vizuál, aké prvky bude obsahovať. Ďalším obmedzením na reklamu je ust. § 3 ods. 1 zákona o reklame, ktoré ustanovenie upravuje, aká reklama nesmie byť.

Z uvedeného vyplýva, že okrem obmedzení podľa § 3 ods. 1 a 2 zákona o reklame pre sťažovateľku nevyplývali vo vzťahu k požiadavkám na prevedenie reklamy a jej vizuál žiadne iné povinnosti, ktoré musia byť dodržané. Sťažovateľka sa ďalej stotožnila s krajským súdom vymedzeným cieľom reklamy ako i potreby jej hodnotenia ako celku. Poukázala na to, že krajský súd sa na viacerých miestach odôvodnenia rozhodnutia odvolával na skôr vydaný zrušujúci rozsudok Najvyššieho súdu Slovenskej republiky sp.zn. 10Asan/17/2018 zo dňa 22. mája 2019, v súlade s ktorým bolo potrebné aj vyhodnotiť vzťah nahého ľudského tela a predmetu reklamy sťažovateľky. V tomto smere krajský súd nekriticky prevzal argumentáciu žalovaného bez toho, aby formuloval vlastné úvahy o tom, ako sú nastavené hranice reklamy v zmysle zákona o reklame v spojitosti s predmetom reklamy a jej šíriteľom/objednávateľom. V naznačenom smere sťažovateľka mala za to, že zákon o reklame jej neukladá povinnosť, aby každý jeden individuálny prvok tvoriaci reklamu súvisel s jej podnikateľskou činnosťou s tým, že takáto požiadavka na prevedenie reklamy by bola fakticky nereálna. Reklama by mala súvisieť s podnikateľskou činnosťou ako celok. Pokiaľ sa týka cieľa reklamy, podstatným je prepojenie šíriteľa/objedávateľa reklamy s tovarmi, službami, ktoré prostredníctvom reklamy propaguje, čím je zabezpečený vzťah medzi šíriteľom/objednávateľom a tovarmi, službami v reklame. V nadväznosti na to, nie je dôvodné pričítať na ťarchu sťažovateľky, že modelka zobrazená na reklamnom letáku nesúvisí s predmetom podnikateľskej činnosti sťažovateľky. Pri rešpektovaní názoru krajského súdu, podľa ktorého sa reklamný leták hodnotí ako celok, je zrejmé, že posudzovaný leták nepochybne neobsahuje informácie v priamej súvislosti s podnikateľskou činnosťou sťažovateľky. Orgány verejnej správy ako i krajský súd hodnotili vyobrazenie posudzovanej reklamy oddelene od zvyšku reklamy, samostatne. Na základe posúdenia vyobrazenia modelky, ako individuálneho prvku, vyhodnotil fakticky celý reklamný leták ako porušujúci § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame. V tejto súvislosti sťažovateľka poukázala aj na to, že predmetné ustanovenie zákona o reklame kladie dôraz na to, aby v reklame nedošlo k zobrazeniu nahoty pohoršujúcim spôsobom, a teda skutková podstata správneho deliktu nie je postavená na súvise individuálneho prvku reklamy s podnikateľskou činnosťou šíriteľa/objedávateľa reklamy, na ktorý poukazovali orgány verejnej správy i správny súd. Sťažovateľka následne uviedla, že nahotou ľudského tela sa rozumie stav, pri ktorom človek na sebe nemá žiaden odev. Z ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame je zrejmé, že nahota ako táka je v reklame povolená. Rovnako tak nemožno urobiť záver o deliktuálnej zodpovednosti sťažovateľky na podklade jedného podnetu a na základe toho konštatovať pohoršenie z letáka u väčšiny spoločnosti. Sťažovateľke tak nemožno dávať na

ťarchu, že využila to, čo jej zákon umožnil. Rovnakú argumentačnú líniu možno aplikovať aj na záver krajského súdu, podľa ktorého má modelka tak, ako je vyobrazená spadať do intímnej sféry každého človeka. Zo znenia § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame je zrejmé, že zákon neurčuje, ktoré časti ľudského tela zobrazeného v reklame musia byť prekryté odevom, prípadne inak skryté, a ktoré môžu byť odhalené, len spôsob zobrazenia nesmie byť pohoršujúci. Sťažovateľka len využila priestor, ktorý je poskytla právna úprava, a nedostatky v nej nemožno pričítať na jej ťarchu. Poukázala aj na to, že hranice akceptácie nahoty v reklame spoločnosťou sa formujú podľa toho, v akom množstve a akým spôsobom je prezentovaná, čím sa krajský súd ani orgány verejnej správy dôsledne nezaoberali. Sťažovateľka taktiež dala do pozornosti, že pri hodnotení vizuálu reklamy je potrebné vziať do úvahy aj účel zákona o reklame, ako aj to, že intenzitu zásahu je vždy potrebné hodnotiť v kontexte vývoja spoločnosti. Odôvodnenie uloženia pokuty domnelým pohoršením väčšiny spoločnosti a ohrozením mravného vývoja mládeže, bez reálneho základu nemožno považovať za správne a spravodlivé. Sťažovateľka preto žiadala, aby kasacný súd napadnutý rozsudok zrušil a vec vrátil krajskému súdu na ďalšie konanie, alternatívne, aby tento rozsudok zmenil tak, že rozhodnutie žalovaného sa zrušuje a vec sa mu vracia na ďalšie konanie,

15. Žalovaný vo vyjadrení ku kasačnej sťažnosti uviedol, že krajský súd sa vo svojom rozhodnutí dostatočne vysporiadal so všetkými námietkami sťažovateľky a rozhodol na základe dostatočného a správneho právneho posúdenia. Mal za to, že sťažovateľka sa v rámci administratívneho konania ako i konania pred krajským súdom snažila spochybniť rozhodnutia orgánov verejnej správy ako i krajského súdu, pričom opomenula skutočnosť, že práve sťažovateľka porušila zákonné ustanovenie, ktorým je povinná sa pri vykonávaní podnikateľskej činnosti riadiť. Námietky sťažovateľky, ktoré uvádzala tak v administratívnom konaní a konaní pred krajským súdom sú neopodstatnené a nemajú vplyv na zodpovednosť sťažovateľky na skutkový stav veci, keďže zistenia zaznamenané v inšpekčnom zázname kontroly považuje žalovaný za spoľahlivo zistené a správne právne posúdené ako rozporné so zákonom o reklame. Námietky sťažovateľky nemajú vplyv ani na riadne odôvodnenú výšku uloženej pokuty. Vo vzťahu ku kasačnej argumentácii sťažovateľky uviedol, že zákonodarca presne definoval v zákone o reklame, čo nesmie reklama obsahovať, vymedzil aké požiadavky musí reklama spĺňať, a akým spôsobom sa reklama nesmie šíriť. V posudzovanej veci došlo k vybočeniu zo všeobecne platných a uznávaných pravidiel morálky, nakoľko obnažený prsník modelky prekračuje prípustnú hranicu prezentácie nahoty ľudského tela, je spôsobilý pohoršovať väčšiu skupinu spoločnosti a môže ohroziť, alebo ohrozuje mravný vývoj maloletých, čím došlo k porušeniu § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame. Žalovaný podporne poukazoval na nález Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu, v ktorom takéto zobrazenie nahej ženy bolo vyhodnotené ako neopodstatnené, účelové

a sexistické. Zákonodarca povoľuje zobrazovanie nahoty ľudského tela v reklame, avšak toto nesmie byť zobrazované pohoršujúcim spôsobom. Ide pritom o neurčitý právny pojem, ktorý orgány verejnej správy na základe vlastnej úvahy hodnotili s ohľadom na zásady morálky, slušnosti ako aj dobré mravy, keď takéto zobrazenie vykazuje prvky sexistického reklamy. Nestotožnil sa ani s námietkou sťažovateľky, že hodnotil vyobrazenie modelky oddelene od zvyšku reklamy. Predmetná reklama taktiež znižuje ľudskú dôstojnosť na základe objektivizácie ľudského tela. Žalovaný vzal do úvahy, že nahota ľudského tela patrí do súkromnej sféry jednotlivca a pokiaľ sa vyskytne v reklame stým, že dochádza k vyobrazeniu nahého alebo polonahého tela, na ktorom sú jasne viditeľné, či už primárne alebo sekundárne pohlavné znaky človeka reklama už prípustná nie je. S poukazom na uvedené preto žalovaný navrhol, aby kasačný súd kasačnú sťažnosť ako nedôvodnú zamietol.

16. Dňom 1. augusta 2021 začal Najvyšší správny súd Slovenskej republiky svoju činnosť, t.j. začal konať a rozhodovať vo všetkých veciach, v ktorých do 31. júla 2021 konal a rozhodoval Najvyšší súd Slovenskej republiky v Správnom kolégiu (čl. 154g ods. 4 a 6 Ústavy v spojení s § 10le ods. 2 zákona č. 757/2004 Z.z. o súdoch a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov). Od 1. augusta 2021 teda koná a rozhoduje o kasačných sťažnostiach Najvyšší správny súd Slovenskej republiky. Predmetná vec bola náhodným spôsobom pridelená do piateho senátu Najvyššieho správneho súdu Slovenskej republiky, ktorý o nej rozhodol v zložení uvedenom v záhlaví tohto rozhodnutia pod pôvodnou spisovou značkou.

17. Najvyšší správny súd Slovenskej republiky konajúci ako kasačný súd (§ 438 ods. 2 S.s.p.) predovšetkým postupom podľa § 452 ods. 1 v spojení s § 439 S.s.p. preskúmal prípustnosť kasačnej sťažnosti a z toho vyplývajúce možné dôvody jej odmietnutia. Po zistení, že kasačnú sťažnosť podala sťažovateľka včas (§ 443 ods. 2 písm. a/ S.s.p.), je prípustná (§ 439 S.s.p.) a bola podaná oprávneným subjektom (§ 442 ods. 1 S.s.p.), preskúmal napadnutý rozsudok krajského súdu spolu s konaním, ktoré predchádzalo jeho vydaniu a dospel k záveru, že kasačná sťažnosť nie je dôvodná a je potrebné ju zamietnuť. Rozhodol bez nariadenia pojednávania (§ 455 S.s.p.), keď deň vyhlásenia rozhodnutia bol zverejnený minimálne 5 dní vopred na úradnej tabuli a na internetovej stránke Najvyššieho správneho súdu Slovenskej republiky www.nssud.sk (§ 137 ods. 2 a 3 S.s.p.).

18. Predmetom konania o kasačnej sťažnosti bol rozsudok krajského súdu, ktorým ako nedôvodnú zamietol žalobu sťažovateľky o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. SK/0716/99/2016 zo dňa 15. marca 2017, ktorým potvrdil prvostupňové rozhodnutie Inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie v Banskej Bystrici pre Banskobystrický kraj č. R/0298/06/16 zo dňa 9.

novembra 2016, ktorým bola sťažovateľke uložená pokuta vo výške 33 200,- € za porušenie povinnosti ustanovených v § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame pre nedodržanie všeobecných požiadaviek na reklamu tým, že sťažovateľka šírila reklamu, ktorá prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom.

19. Sťažovateľka výslovne uplatnila dôvod kasačnej sťažnosti podľa § 440 ods. 1 písm. g/ S.s.p., keď nesúhlasila s posúdením obsahu reklamy (špecifikovanej v bode 2. tohto rozsudku) ako takej, ktorá prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, Čím mala naplniť skutkovú podstatu správneho deliktu v zmysle § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame. Kasačný súd v tejto súvislosti podotýka, že dôvody kasačnej sťažnosti vždy posudzuje podľa ich obsahu a nie podľa ich formálneho označenia, Z tohto dôvodu neprehliadol, že niektoré kasačné námietky je možné podriaadiť taktiež pod dôvod podľa § 440 ods. 1 písm. f) S.s.p., keďže sťažovateľka správne mu súdu vytýka aj nedostatočné odôvodnenie jeho záverov.

20. Kasačný súd sa s poukazom na vyššie uvedené preto primáme zaoberal námietkou sťažovateľky smerujúcou k nepreskúmateľnosti rozsudku krajského súdu, nakoľko až v prípade, že kasačný súd dospeje k záveru, že napadnuté rozhodnutie je preskúmateľné, môže pristúpiť k preskúmaniu ďalších kasačných námietok. Za nepreskúmateľné pre nedostatok dôvodov sa považuje najmä také rozhodnutie, v rámci ktorého nedošlo k vysporiadaniu sa so všetkými pre vec zásadnými námietkami, ďalej rozhodnutie, z ktorého odôvodnenia nie je zřejmé, prečo právnu argumentáciu účastníka konania považoval súd za nedôvodnú, resp. prečo námietky účastníka konania považoval za nedôvodné, rozhodnutie, z ktorého nie je zřejmé, ako boli naplnené zákonné kritériá, prípadne nepreskúmateľnosť by bola daná aj v prípade, ak by z rozhodnutia nebolo zřejmé, ktoré podklady boli vzaté do úvahy a prečo.

21. Sťažovateľka namietala, že krajský súd nekriticky prevzal argumentáciu žalovaného bez toho, aby formuloval vlastné závery o tom, ako sú nastavené hranice reklamy v zmysle zákona o reklame v spojitosti s predmetom reklamy a jej objednávateľom/šíriteľom. Kasačný súd poukazuje na to, že správny súd sa v prvom rade zaoberal otázkou náležitého zistenia skutkového stavu veci, z ktorého vychádzali orgány verejnej správy, keď tento predovšetkým s poukazom na výstupy z inšpekcie (inšpekčný záznam) považoval za dostačujúci na riadne posúdenie veci. V nadväznosti na to sa krajský súd zaoberal otázkou správnosti interpretácie a aplikácie (z hľadiska naplnenia jednotlivých znakov skutkovej podstaty správneho deliktu) ustanovenia § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame. V tomto smere krajský súd (vychádzajúc aj z právne záväzného názoru vysloveného v skôr vydanom zrušujúcom rozsudku kasačného súdu sp.zn. IOAsan/17/2018 zo dňa 22. mája 2019) posúdil ako logicky,

zrozumiteľne a presvedčivo vyargumentované jednotlivé kritériá (predovšetkým morálne a mravné), ktoré v rámci realizácie vlastnej správnej úvahy vzali pri výklade neurčitého právneho pojmu, resp. slovného spojenia „prezentácia nahoty ľudského tela pohoršujúcim spôsobom“ orgány verejnej správy do úvahy. Krajský súd tak dospel k záveru, že orgány verejnej správy konkrétny skutkový stav subsumovali pod uvedený neurčitý právny pojem, resp. že tento právny pojem z nimi určených hľadísk (podporených okrem iného napr. nálezmi Arbitrážnej komisie rady pre reklamu) dostatočne vo svojich rozhodnutiach ozrejmili/vyložili. Krajský súd sa pritom nielen stotožnil s argumentáciou žalovaného, ale predostrel i vlastné právne úvahy vo vzťahu k otázke, čo podľa jeho názoru napĺňa obsah tohto pojmu, resp. ako naplnilo zobrazenie nahého ženského tela na reklamnom letáku sťažovateľky obsah tohto pojmu. Vyslovil názor, že nemožno mať žiadnu pochybnosť o tom, že nahá modelka s odkrytou bradavkou s bielym golierom okolo krku a čiernou kravatou žiadnym spôsobom nesúvisí s predmetom podnikania sťažovateľky, resp., že žena je v predmetnom letáku vyobrazená len za účelom pritiahnutia pozornosti ako sexuálna atrakcia, pričom takéto zobrazenie ženy (do pol pásu nahéj), resp. s odhaleným jedným prsníkom, vo vyzývavej polohe, spadá do intímnej sféry každého človeka a preto konštatoval, že predmetná reklama prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom. Správny súd v súvislosti s výkladom ust. § 3 ods. 2 písm. c/ zákona o reklame (odvolávajúci sa na dôvodovú správu) poukázal aj na zmysel a účel dotknutej právnej úpravy, zaoberal sa vymedzením účelu reklamy, majúci za to, že bola hodnotená ako celok, so zohľadnením stanovených limitov, ktoré nesmú byť pri naplnení jej účelu prekročené (bod 39. rozsudku). Zároveň (bod 42. rozsudku) predostrel okrem iného aj vlastný náhľad na posudzovanie nahoty v kontexte požiadavky stanovenej v ust. § 3 ods. 2 písm. c/ zákona o reklame a odvolávajúci sa na dôvody rozsudku kasačného súdu sp.zn. 10Asan/17/2018 zo dňa 22. mája 2019 mal za to, že spôsob vyobrazenia nahého ľudského tela vyhodnotil zhodne s orgánmi verejnej správy vo vzťahu ku konkrétnemu (posudzovanému) predmetu reklamy. Kasačný súd s poukazom na uvedené nepovažoval za dôvodnú kasačnú námietku, že by krajský súd svoje rozhodnutie odôvodnil iba akýmsi mechanickým, či nekritickým prevzatím odôvodnenia rozhodnutia žalovaného, bez uvedenia vlastných právnych úvah, a ktorá skutočnosť by nasvedčovala jeho zaťaženiu vadou v zmysle § 440 ods. 1 písm. f/ S.s.p.

22. Po tom, čo kasačný súd nezistil, že by rozhodnutie krajského súdu trpelo vadou nepreskúmateľnosti pristúpil k posúdeniu dôvodnosti námietok sťažovateľky smerujúcim k spochybneniu správnosti právneho posúdenia veci. Kasačný súd sa predovšetkým nestotožnil s námietkou sťažovateľky, ktorou poukazovala na to, že právna úprava - zákon o reklame jej neukladá povinnosť vo vzťahu k tomu, aké má byť prevedenie reklamy a výnimku predstavuje iba ust. § 3 ods. 2 tohto zákona. V tejto súvislosti je potrebné uviesť, že sťažovateľke bola uložená sankcia - polenta za

porušenie ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame, ktoré ustanovenie už slovným spojeným „*reklama nesmie*“ jasne stanovuje obmedzenie pre prezentáciu nahoty ľudského tela pohoršujúcim spôsobom (ust. § 3 ods. 2 zákona o reklame je pritom vyjadrením všeobecných požiadaviek na reklamu z hľadiska jazykového, gramatického atď.). Ide tak nepochybné o stanovenie jednej z viacerých (právne vynútiteľných) požiadaviek/limitov, v ktorých sa môže objednávatel'/šíriteľ reklamy v rámci prezentácie svojej podnikateľskej činnosti pohybovať. Iba tomto zmysle, resp. zákonodarcom vytvorenom, právom tolerovanom priestore je na zvážení objednávatel'a/šíriteľ'a reklamy, aké prevedenie bude mať ním zvolený spôsob prezentácie tovarov, služieb, a pod. s cieľom ich uplatnenia na trhu. V prípade, že dôjde k prezentácii nahoty ľudského tela pohoršujúcim spôsobom tj. odporujúcim ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame je namieste obligatórne uloženie sankcie.

23. V súvislosti s otázkou výkladu a aplikácie ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame je zrejmé, že predmetné ustanovenie zákona obsahuje právne pojmy (*nahota, pohoršujúci spôsob*), ktoré pochopiteľne môžu vyvolávať polemiky o ich obsahu, resp. spôsobe, či hľadiskách, z akých je nutné na nich nazerať. Samotnú skutočnosť, že v právnej úprave sú obsiahnuté aj neurčité právne pojmy (ktorých prítomnosť je z dôvodu rôznorodosti, či špecifik skutkových okolností posudzovaných prípadov reklamy napokon aj žiadúca) si však nemožno zamieňať s nejednoznačnosťou právnej úpravy, ktorá by mala ako taká vyústiť do jej výkladu v prospech účastníka konania. Je potrebné pripomenúť, že k výkladu týchto pojmov dochádza v rámci určitého myšlienkového procesu, v ktorom príslušné orgány verejnej správy realizujú svoju právomoc - správna úvaha. Úlohou orgánov verejnej správy je vymedziť, čo pod neurčitým právnym pojmom rozumejú, a aké znaky a kritériá sú určujúce pri uvážení, či skúmaný skutkový stav podlieha, resp. nepodlieha pod daný právny pojem. Z tohto pohľadu (ako aj krajský súd správne poznamenal) úlohou súdu v rámci súdneho prieskumu nie je nahrádzať, túto činnosť, ale posúdiť, či nedošlo pri jej uplatnení k vybočeniu z medzí a hľadísk ustanovených zákonom. Podľa názoru kasačného súdu kritéria morálky, či mravnosti, ktoré orgány verejnej správy považovali za kľúčové (a ktoré si napokon osvojil i krajský súd) pre naplnenie podmienky, aby išlo o reklamu prezentujúcu nahotu „pohoršujúcim spôsobom“ možno považovať vo vzťahu k posudzovanej reklame ako logické zohľadňujúce jej charakter a sledujúce ochranu záujmu chráneného zákonom o reklame. Na tomto mieste kasačný súd poukazuje aj na to, že možno pripustiť, že rozhodnutia orgánov verejnej správy v tomto ohľade môžu obstať i v prípade, ak síce nebudú obsahovať explicitne formulované zdôvodnenie tejto otázky (exaktná definícia pojmu - slovného spojenia „zobrazenie nahoty pohoršujúcim spôsobom“), ale z kontextu celého odôvodnenia bude zrejmé, prečo neprípustnosť danej reklamy dosahuje požadovanú mieru intenzity, prípadne pokiaľ s ohľadom na skutkové okolnosti veci bude jej pohoršujúci charakter celkom zjavný.

24. Pokiaľ sťažovateľka opakovane uvádzala, že nahota ako taká je v reklame povolená, kasačný súd poukazuje na to, že túto skutočnosť orgány verejnej správy a napokon ani krajský súd nespochybňovali, práve naopak argumentačne ju rozvinuli, keď sa zaoberali jednak samotným pojmom nahoty, hranicami jej prípustnosti a účelom sledovaným dotknutou právnou úpravou. Kasačný súd taktiež uvádza, že prvok nahoty v reklame ust. § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame priamo predpokladá, a teda ako taká je povolená. Jednotlivé znaky skutkovej podstaty správneho deliktu v zmysle § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame však nemožno vykladať izolovane, keďže pre vznik deliktuálnej zodpovednosti je potrebné naplnenie všetkých jej znakov, medzi ktoré patrí aj splnenie podmienky zobrazenia nahoty „pohoršujúcim spôsobom“, k čomu došlo aj v posudzovanej veci. Ako nedôvodnú vyhodnotil kasačný súd aj námietku sťažovateľky, že nemožno urobiť záver o jej deliktuálnej zodpovednosti na podklade jedného podnetu a na základe tohto podnetu konštatovať pohoršenie u väčšiny spoločnosti. Pre naplnenie skutkovej podstaty uvedeného správneho deliktu postačovala (aj s ohľadom na spôsob akým bola šírená) už samotná spôsobilosť reklamy vyvolať pohoršenie v spoločnosti, či ohroziť mravný vývoj maloletých, t.j. bez nutnosti ďalšieho skúmania jej reálneho negatívneho dopadu vo vzťahu ku konkrétnemu adresátovi. Z hľadiska morálky a mravnosti zohráva podstatnú úlohu aj otázka publika, ktorému má byť určitý obsah určený. Typickou je ochrana detí či tzv. nedobrovoľného publika.

25. Kasačný súd ďalej uvádza, že skutková podstata správneho deliktu podľa § 3 ods. 1 písm. c/ zákona o reklame nie je postavená na nutnosti vzájomnej súvislosti medzi zvoleným spôsobom zobrazenia reklamy a predmetom podnikateľskej činnosti subjektu. Túto súvislosť nemožno považovať za akýsi ďalší samostatný (v zákone o reklame) neuvedený dôvod, ktorý by mal napĺňať slovné spojenie „zobrazenie nahoty pohoršujúcim spôsobom“. Uvedená skutočnosť síce bola orgánmi verejnej správy (a napokon i krajským súdom) vzatá do úvahy/hodnotená ako jeden z prvkov vedúcich k záveru, že predmetná reklama prezentuje nahotu ľudského tela pohoršujúcim spôsobom, avšak kasačný súd ju považoval za nadbytočnú resp. právne nevýznamnú v tom smere, že by bola podstatná z hľadiska naplnenia znakov skutkovej podstaty správneho deliktu. Pre kasačný súd bolo smerodajné, že v predmetnej veci došlo k zobrazeniu ženy - modelky spôsobom, ktorý ju zjavne posunul do role sexuálnej atrakcie a to nielen s ohľadom na spôsob jej samotného vyobrazenia (do pol pása nahá, resp. s odhaleným jedným prsníkom, vo vyzývavej polohe), ale berúc do úvahy i jeho doplnenie o také prvky, ktoré sprítomňovali sexizmus (vyzývavý pohľad, odstrihnutý biely pánsky golier s čiernou kravatou), čím zvýrazňovali/upriamovali pozornosť adresáta na nahotu a vniesli tak do posudzovanej reklamy zákonodarcom neprípustný spôsob prezentácie nahoty ľudského tela pohoršujúcim spôsobom. V nadväznosti na to je nutné dodať, že reklama bola z pohľadu pre vec rozhodujúcich kritérií vyhodnotená komplexne, s cieľom určiť, či mohla pôsobiť pohoršujúcim spôsobom, t.j. nešlo o akési izolované posudzovanie jednotlivých prvkov reklamy, ktoré by nezohľadňovali požiadavku posudzovať

ju ako celok.

26. Kasačný súd, pokiaľ sa týka otázky právneho posúdenia veci, dospel v nadväznosti na vyššie uvedené k záveru, že krajský súd nepochybil, pokiaľ žalobu sťažovateľky zamietol. Rozhodnutia orgánov verejnej správy aj napriek uplatneným žalobným námietkam sťažovateľky (a na ne nadväzujúcu kasačnú argumentáciu) obstáli. Kasačný dáva do pozornosti, že reklama neodráža iba sociálnu realitu, ale má taktiež schopnosť ju utvárať a formovať, a preto je dôležité, aby neprezentovala spoločensky nežiadúce javy. Predmetná reklama bola voľne dostupná nielen potencionálnym zákazníkom sťažovateľky priamo v prevádzke, ale bola šírená do schránok bližšie určenému okruhu subjektov, t.j. bola ľahko dostupná aj maloletým, čím bola nepochybne spôsobilá negatívne vplývať na ich mravný vývoj. Kasačný súd však zdôrazňuje, že sa nestotožnil s časťou argumentácie žalovaného, ktorú si osvojil aj krajský súd vo svojom rozsudku, že pre účely právneho posúdenia pohoršujúceho spôsobu zobrazenia nahoty v reklame bolo podstatným aj to, či v danom prípade toto zobrazenie súvisí s podnikateľskou činnosťou sťažovateľky. Pre účely naplnenia skutkovej podstaty „pohoršujúceho spôsobu zobrazenia nahoty v reklame“ je toto podľa názoru kasačného súdu irelevantné a podstatným kasačný súd vidí naplnenie kritérií uvedených v bode 25. tohto rozsudku.

27. Najvyšší správny súd Slovenskej republiky konštatuje, že kasačná sťažnosť sťažovateľky neobsahuje žiadne právne relevantné námietky, ktoré by mohli ovplyvniť vecnú správnosť napadnutého rozsudku krajského súdu. Krajský súd sa v odôvodnení svojho rozhodnutia pritom zrozumiteľným a presvedčivým spôsobom vysporiadal so všetkými pre vec zásadnými námietkami sťažovateľky.

28. S poukazom na uvedené dospel kasačný súd k záveru, že napadnuté rozhodnutie krajského súdu bolo vydané v súlade so zákonom, nebol dôvod na jeho zrušenie alebo zmenu a kasačnú sťažnosť ako nedôvodnú zamietol v zmysle § 461 S.s.p.

29. Záverom kasačný súd považoval za potrebné poznamenať, že podľa výpisu zo živnostenského registra sťažovateľka ku dňu 10. decembra 2021 ukončila svoju podnikateľskú činnosť. Podľa § 2 zákona Č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní živnosťou je sústavná činnosť prevádzkovaná samostatne, vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku a za podmienok ustanovených týmto zákonom. Zánik živnostenského oprávnenia má iba ten dôsledok, že fyzická osoba už nie je oprávnená vykonávať živnosť. Zánikom živnostenského oprávnenia však nepochádza k zániku povinností fyzickej osoby, ktoré jej vznikli počas prevádzkovania živnosti. Nepochádza preto ani k zániku zodpovednosti, ktoré takej fyzickej osobe v súvislosti s vykonávaním podnikateľskej činnosti vznikli. Zánikom živnostenského oprávnenia fyzickej osoby - podnikateľa, táto

nestráca spôsobilosť byť účastníkom konania pretože fyzická osoba tým nestráca spôsobilosť mať práva a povinnosti ani spôsobilosť byť účastníkom konania. Aj s poukazom na uvedené preto v záhlaví tohto rozsudku kasačný súd označil sťažovateľku ako fyzickú osobu (uvedením jej mena a priezviska).

30. O trovách konania rozhodol podľa § 467 ods. 1 S.s.p. v spojení s ustanoveniami §167 ods. 1 a § 175 ods. 1 S.s.p. a contrario tak, že sťažovateľke nepriznal náhradu trov konania z dôvodu neúspechu v konaní a žalovanému nárok na náhradu trov konania zo zákona nevyplyva.

31. Toto rozhodnutie prijal senát Najvyššieho správneho súdu Slovenskej republiky jednohlasne (§ 147 ods. 2 v spojení s § 139 ods. 4 S.s.p.).

Poučenie: Proti tomuto rozhodnutiu opravný prostriedok nie je prípustný.

V Bratislave, dňa 27. apríla 2023

JUDr. Petra PRÍBELSKÁ PhD., v.r.
predsedníčka senátu
(podpísané elektronicky)

JUDr. Anita FILOVÁ, v.r.
členka senátu
(podpísané elektronicky)

JUDr. Juraj VALIS, LL.M., v.r.
člen senátu
(podpísané elektronicky)

Za správnosť vyhotovenia: