

Súd:	Najvyšší súd SR
Spisová značka:	6Sžo/38/2013
Identifikačné číslo spisu:	1011201808
Dátum vydania rozhodnutia:	30.04.2014
Meno a priezvisko:	JUDr. Zdenka Reisenauerová
Funkcia:	sudca
ECLI:	ECLI:SK:NSSR:2014:1011201808.1

ROZSUDOK

Najvyšší súd Slovenskej republiky, v senáte zloženom z predsedníčky senátu JUDr. Zdenky Reisenauerovej a členov senátu JUDr. Jozefa Hargaša a JUDr. Aleny Adamcovej, v právnej veci žalobcu: MARKÍZA - SLOVAKIA, s.r.o., so sídlom Bratislavská 1/A, Bratislava, IČO: 31444873, v zastúpení ADVOKÁT ZLÁMALOVÁ ZUZANA, s.r.o., so sídlom Trnavská 11, Bratislava, proti žalovanej: Rada pre vysielanie a retransmisiiu, so sídlom Dobrovičova 8, Bratislava, v konaní o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia a postupu žalovanej č. RL/82/2011 zo dňa 30. augusta 2011, o odvolaní žalobcu proti rozsudku Krajského súdu v Bratislave č. k. 1S 216/2011-91 zo dňa 16. mája 2013, takto

rozhodol:

Najvyšší súd Slovenskej republiky rozsudok Krajského súdu v Bratislave č. k. 1S 216/2011-91 zo dňa 16. mája 2013 p o t v r d z u j e.

Žalobcovi náhradu trov odvolacieho konania n e p r i z n á v a .

Odôvodnenie

Krajský súd v Bratislave napadnutým rozsudkom č. k. 1S 216/2011-91 zo dňa 16. mája 2013 zamietol žalobu, ktorou sa žalobca domáhal preskúmania zákonnosti postupu a rozhodnutia žalovanej č. RL/82/2011 zo dňa 30. augusta 2011, žiadajúc jeho zrušenie a vrátenie veci na ďalšie konanie. Žalobcovi náhradu trov konania nepriznal.

Z odôvodnenia uvedeného rozhodnutia vyplýva že krajský súd po preskúmaní napadnutého rozhodnutia žalovanej a po nariadení pojednávania v zmysle § 250g ods. 1 O.s.p. dospel k záveru, že žalobu je potrebné zamietnuť poukazom na § 250j ods. 1 O.s.p..

Krajský súd zákonnosť napadnutého rozhodnutia žalovanej preskúmal v intenciách § 71 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov (ďalej len zákon č. 308/2000 Z. z. alebo zákon o vysielaní a retransmisii) v spojení s § 4 ods. 1,2,3,4, s § 5 ods. 1 písm. g/, h/, m/, n/, s § 32 ods. 1, s § 34 ods. 1, s § 38 ods. 1 a 2, s § 64 ods. 1,3,4,5 uvedeného zákona a súčasne v intenciách § 3 ods. 1, 2, 4 a 5 v spojení s § 32 ods. 1, 2 a s § 33 ods. 1,2 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení neskorších predpisov (ďalej len správny poriadok).

Krajský súd z obsahu administratívneho spisu zistil že Rada na svojom zasadnutí dňa 24. mája 2011

prijala uznesenie o začatí správneho konania voči žalobcovi vo veci možného porušenia § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. tým že na televíznej programovej službe TV MARKÍZA dňa 30. marca 2011 odvysielal o cca 15:59 hod., o cca 16:00 hod. a o cca 16:02 hod. komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť Orange Slovensko, a.s., ktorý mohol naplniť definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím mohlo dôjsť k odvysielaniu reklamy bez jej zrozumiteľného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby nebola zameniteľná s inými zložkami programovej služby; podkladom pre toto rozhodnutie bol záznam z vysielania programovej služby TV MARKÍZA zo dňa 30. marca 2011, ktorého súčasťou bol komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť Orange Slovensko, a.s., prepis skutkového stavu, ktorý tvoril prílohu oznámenia o začatí správneho konania a vyjadrenia účastníka konania zo dňa 20. júna 2011; Rada po oboznámení sa so všetkými podkladmi vo veci rozhodla preskúmaným rozhodnutím dňa 30. augusta 2001 v správnom konaní č. 347- PLO/O - 3238/2011.

Krajský súd sa stotožnil s právnym záverom žalovanej, že v danom prípade komunikát označujúci za sponzora programu spoločnosť Orange Slovensko, a.s. služba FunFón naplnili definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. bez jej rozoznateľného a zreteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby nebola zameniteľná s inými zložkami programovej služby, nakoľko žalobca na jej oddelenie nepoužil zvukovo obrazové prostriedky tak, ako mu to explicitne ukladá § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z..

Z administratívneho spisu mal nesporne za preukázané, že žalobca porušil § 34 ods. 1 citovaného zákona tým, že na televíznej programovej službe TV Markíza dňa 30. marca 2011 odvysielal komunikát označujúci za sponzora programu službu FunFón spoločnosti Orange Slovensko, a.s. v znení verbálnej a vizuálnej zložky, ktoré citoval. Podľa názoru krajského súdu je zrejmé, že pokiaľ akýkoľvek komunikát teda aj sponzorský odkaz naplnil definíciu reklamy je z pohľadu zákona č. 308/2000 Z. z. reklamou, a preto vzhľadom k tomu, že vysielané reklamy na seba viažu iné právne dôsledky, ako aj sponzoring, je veľmi dôležité určiť kritérium na ich vzájomné odlíšenie. Poukázal na to, že jedným z definíčných kritérií reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. je zámer, ktorým musí byť podpora predaja nákupu, alebo nájmu tovaru, alebo služieb, vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov, alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný objednávateľom reklamy ako vysielateľom s tým, že reklama môže obsahovať subjektívne hodnotiace komentáre, vyzdvihovanie kvalitatívnych vlastností tovarov alebo služieb alebo iné špecifické propagačné prvky. Súčasne poukázal na to, že sponzorovanie nie je na rozdiel od reklamy definované prostredníctvom odvysielaného obsahu, ale je definované ako činnosť s konkrétnym účelom, ktorým má byť poskytnutie plnenia na financovanie programov a propagovanie sponzora na strane druhej, sponzorský odkaz má teda obsahovať informácie o skutočnosti, že daný program je sponzorovaný a tiež, kto je jeho sponzorom, avšak bez uvedenia akýchkoľvek špecifických propagačných prvkov, ktoré by vyzdvihovali kvalitatívne vlastnosti sponzora, či jeho produkty. Krajský súd konštatoval, že v preskúmanej veci je možné stotožniť sa s právnym názorom žalovanej, že predmetný komunikát okrem upozornenia o existencii sponzora spoločnosti Orange Slovensko, a.s. a jeho produktu FunFón obsahoval aj poukázanie na konkrétne kvality predmetného produktu a to prostredníctvom verbálnej zložky: „chcel by som poďakovať mobilnému operátorovi FunFón, že keď už som nemohol účinkovať v tomto programe, môžem si aspoň volať s kamoškami za fasa ceny“, keď v tomto prípade je dostatočne zrejmé, že táto zložka okrem informovania o existencii spoločnosti Orange Slovensko, a.s. a jej produktu FunFón upriamila pozornosť recipienta aj na vlastnosť predmetného produktu, čiže na jeho výhodnú cenu. Podľa názoru krajského súdu z uvedeného nesporne vyplýva, že predmetný komunikát poukazoval na výhodnú cenu danej služby, pričom zároveň priamo vyzýval recipienta, aby si túto skutočnosť overil na internetovej stránke tejto služby, majúť za to, že takto odvysielaný komunikát prekročil rámec sponzorovania a mal jednoznačne reklamný charakter.

Krajský súd záverom konštatoval, že žalovaný v napadnutom rozhodnutí sa podrobne vysporiadal s odlíšením sponzorského odkazu od reklamy a uviedol dôvody, pre ktoré predmetný komunikát prekročil rámec sponzorského odkazu, čím naplnil definíciu reklamy, poukazom na to, že ak žalobca chcel odvyselať sponzorský odkaz v súlade so zákonom, resp. informovať o existencii sponzora a jeho produktu a tým propagovať jeho obchodné meno, či tovar, mal to odvyselať tak, aby neobsahoval žiadne osobitné propagačné prvky, ktoré by upriamili pozornosť recipienta na konkrétnu vlastnosť produktu a tým ovplyvňovali jeho spotrebiteľské rozhodnutie.

Podľa názoru krajského súdu žalovaný správny orgán dostatočne zistil skutkový stav veci a tento aj po

právnej stránke správne posúdil, preskúmané rozhodnutie má všetky podstatné náležitosti podľa § 47 správneho poriadku, nevykazuje formálne ani logické nedostatky a je riadne odôvodnené, a preto napadnuté rozhodnutie i postup žalovanej boli z pohľadu žalobných dôvodov v súlade so zákonom, keďže námietky žalobcu neodôvodňovali zrušenie napadnutého rozhodnutia, z ktorých dôvodov žalobu podľa § 250j ods. 1 O.s.p. zamietol, majúc za to, že posudzované konanie žalobcu naplnilo skutkovú podstatu správneho deliktu podľa § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., za čo mu bola uložená sankcia - upozornenie, ktorá mu bola uložená v zmysle zásady prvého upozornenia vyplývajúcej z § 64 ods. 2 citovaného zákona a táto mu bola v danom prípade uložená adekvátne.

Krajský súd o náhrade trov konania rozhodol podľa § 250k ods. 1 O.s.p. tak, že neúspešnému žalobcovi ich náhradu nepriznal.

Proti uvedenému rozhodnutiu krajského súdu sa v zákonnej lehote odvolal žalobca. Žiadal na, aby najvyšší súd zrušil rozhodnutie žalovanej č. RL/82/2011 zo dňa 30. augusta 2011 a vec vrátil žalovanej na ďalšie konanie.

V dôvodoch odvolania namietal, že napadnutý rozsudok krajského súdu nie je dostatočne vecne a právne vyargumentovaný, keď krajský súd sa riadne nevysporiadal s námietkami žalobcu hlavne pokiaľ ide o vymedzenia skutku a pojmov reklama a sponzorský odkaz. Výtýkal krajskému súdu, že neprihliadol na nedostatky v postupe správneho konania, ktoré predchádzalo vydaniu rozhodnutia žalovanej a nevysporiadal sa s rozsudkami súdov, na ktoré poukazoval v žalobe. Trval na tom, že napadnuté rozhodnutie žalovanej je v rozpore so zákonom a s Ústavou Slovenskej republiky. Taktiež namietal, že preskúmané rozhodnutie žalovanej je nevykonateľné a nepreskúmateľné pre nedostatok odôvodnenia rozhodnutia a pre nedostatky konania, predchádzajúceho jeho vydaniu.

Výtýkal krajskému súdu že sa nedostatočne vysporiadal s námietkami a dôvodmi žalobcu uvedenými v žalobe a výlučne sa stotožnil s tvrdeniami žalovanej. Trval na tom, že predmetný komunikát bol odvysielaný v súlade so zákonom. Poukazom na právnu úpravu ustanovenú v § 34, § 36 a § 38 zákona č. 308/2000 Z. z. uviedol, že zákon v ustanoveniach § 38 presne definuje sponzorský odkaz, pričom nestanovuje podrobnejšie kritéria, neurčuje akým konkrétnym spôsobom môže dôjsť k propagácii zákonom predpokladanej, nevymedzuje takúto hranicu ani pozitívne ani negatívne a výkladové pravidlá sa ustálili aplikačnou praxou a to tak zo strany vysielateľov ako aj zo strany regulačného orgánu. Mal za to, že najdôležitejším kritériom rozlíšenia medzi sponzorským odkazom a reklamou vyplývajúcim priamo zo zákona o vysielaní a retransmisie je účel, ktorý má posudzovaný sponzorský odkaz naplňať. Poukázal na to, že dlhoročná prax vymedzila niekoľko základných kritérií na základe, ktorých je možné odlíšiť sponzorský odkaz od reklamy a to účel, povaha oznámenia a dynamika oznámenia a výrazové prostriedky. Vo vzťahu k uvedenému upozornil pozornosť na skutočnosť, že Rada ako správny orgán je povinná hodnotiť vždy nielen jednotlivé prvky sponzorského odkazu, ale jeho celkové vyznenie, rozlišovacie kritéria vyhodnocovať tak individuálne ako aj v ich vzájomnej súvislosti a komplexnosti výsledného oznámenia. V danej súvislosti poukázal na porovnateľnú judikatúru Českej republiky citujúc rozsudok Najvyššieho správneho súdu č. j. 7As 80/2009 a Mestského súdu v Prahe č. j. 8Ca 345/2009. Uviedol, že sponzorský odkaz odvysielaný žalobcom dňa 30. marca 2011 spoločnosti Orange Slovensko, a.s. na produkt FunFón v znení: „chcel by som poďakovať mobilnému operátorovi FunFón, že keď som už nemohol účinkovať v tomto programe, môžem si aspoň volať s kamošmi za fasa ceny. Všetkým presvedč sa na funfon.sk" komunikoval divákovi informáciu, že vysielanie je sponzorované, propagoval jeden z produktov sponzora spoločnosti Orange Slovensko, a.s. FunFón, sponzorský odkaz bol odvysielaný pred začiatkom relácie, počas relácie pri zaradení reklamného predelu a po skončení relácie, nijakým spôsobom nenabádal na kúpu alebo objednanie produktu uvedením informácií o mieste predaja, dostupnosti, porovnávaním s inými produktmi konkurencie, neuvádzal konkrétne vlastnosti produktu, neporovnával produkt s konkurenčnými službami, nevyzdvihoval jeho vlastností, informoval len o jednom produkte sponzora uvedením jeho názvu a stručného základného popisu bez uvedenia o aké „fasa" ceny sa jedná, sponzorský odkaz bol časovo krátky a dynamicky nenáročného spracovania, neobsahoval intenzívne reklamné prvky, prvky konkrétneho reklamného spotu spoločnosti. Výslovil názor, že sponzorský odkaz na službu mobilného operátora neobsahuje žiadne prvky, ktoré by presahovali medze sponzorského odkazu, a ktoré by bolo možné podriaďovať pod prvky reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z..

Namietal, že pokiaľ žalovaná tvrdí, že prišlo k porušeniu § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. bolo jej

povinnosťou vo svojom rozhodnutí riadne odôvodniť a preukázať, že vysielaný sponzorský odkaz je reklamou a teda má všetky znaky reklamy podľa § 32 ods. 1, považujúc v tejto časti odôvodnenie Rady za nezrozumiteľné a nepreskúmateľné, keďže z odôvodnenia preskúmaného rozhodnutia nevyplývajú žiadne skutočnosti, ktoré by dávali do súvislosti neoddelenie sponzorských odkazov od iných zložiek vysielania. Dôvodil, že zo samotnej povahy sponzorského odkazu vyplýva jeho charakter a to upovedomenie diváka o existencii sponzora konkrétneho programu, sponzorský odkaz je samostatným programovým prvkom a ako taký je jednoznačne nezameniteľný s inými zložkami programovej služby, domnievajúc sa, že divák nemohol byť uvedený do omylu o podstate podávanej informácie, nakoľko je zrejmé, že odvysielaný sponzorský odkaz nie je a ani nemôže byť súčasťou programu, ktorý tento sponzoruje. Poukazom na rozsudok Mestského súdu v Prahe č. j. 8A 144/2010 zo dňa 8. februára 2011 považoval napadnuté rozhodnutie aj v časti odôvodnenia o neoddelení a zameniteľnosti reklamy od iných zložiek programovej služby za nedostatočné a nepreskúmateľné.

Ďalej namietal nedostatky v správnom konaní, ktoré predchádzalo vydaniu rozhodnutia žalobou napadnutého. Poukázal na obsah priebehu správneho konania, zdôrazniac jednania v súvislosti s Pracovným materiálom k pravidlám pre vysielanie sponzorských odkazov vypracovanej správnym orgánom na základe analýzy od spoločnosti GfK AUDIMETRIE S. A/N.V. Vyslovil názor, že v súlade s princípmi právnej istoty a predvídateľnosti práva vysielal a vysiela sponzorské odkazy v súlade s bežnými pravidlami pre vysielanie sponzorských odkazov a nemá vedomosť o tom, že by sa tieto pravidlá zmenili či už v dôsledku legislatívnych zmien alebo v dôsledku prijatia iných výkladových pravidiel regulačným orgánom, keď o takomto postupe Rady nebol informovaný. Dôvodil, že akákoľvek zmena pravidiel pre vysielanie reklamy a sponzorských odkazov by mala byť starostlivo uvážená, pripravená a odsúhlasená všetkými dotknutými subjektmi v súlade s platnou legislatívou SR a predovšetkým s pohľadom na doterajšiu prax SR ako aj v súlade s pravidlami porovnateľných štátov Európskej únie, považujúc akýkoľvek iný postup regulačného orgánu za neakceptovateľný. Postup žalovanej považoval za porušenie ústavných práv, právnej istoty a predvídateľnosti práva. Dal do pozornosti rozsudok Krajského súdu Bratislave č. 3S 190/2011 - 83 z 12. februára 2013 a rozsudok Najvyššieho súdu SR č. 3Sžo 40/2012 zo dňa 13. novembra 2012.

Žalovaná sa k odvolaniu žalobcu vyjadrila tak, že navrhovala, aby Najvyšší súd Slovenskej republiky napadnutý rozsudok Krajského súdu v Bratislave č. k. 1S 216/2011 zo dňa 16. mája 2013 podľa § 250ja ods. 3 O.s.p. v spojení s § 219 ods. 1 potvrdil.

V dôvodoch vyjadrenia žalovaná nesúhlasila s dôvodmi žalobcu uvedenými v jeho písomnom v odvolaní. Nesúhlasila s argumentáciou žalobcu, že výkladové pravidlá sa ustálili aplikačnou praxou zo strany vysielateľov a aj zo strany regulačného orgánu. Tvrdenie žalobcu o údajnej ustálenej výkladovej praxi, ktorá umožňuje vysielateľ obdobné sponzorské odkazy, považoval za nepravdivé. Uviedol, že vzhľadom na to, že voči žalobcovi nebolo nikdy vydané rozhodnutie, ktoré by mu poskytlo výkladové pravidlá týkajúce sa vysielania sponzorských odkazov a ich odlišenia od reklamy, bolo účelom napadnutého rozhodnutia okrem iného poskytnúť žalobcovi podrobný výklad jednotlivých ustanovení tak, aby vedel, akým spôsobom má v budúcnosti vysielateľ sponzorské odkazy v súlade so zákonom, z ktorých dôvodov mu nebola udelená sankcia - pokuta, ale upozornenie za porušenie zákona.

Žalovaná sa vyjadrila k jednotlivým kritériám, ktoré podľa názoru žalobcu odlišujú reklamu od sponzorského odkazu. Konštatovala, že v napadnutom rozhodnutí sa veľmi podrobne vysporiadala s odlišením sponzorského odkazu od reklamy uvedením dôvodov, pre ktoré predmetný komunikát prekročil rámec sponzorského odkazu a napĺňa definíciu reklamy. Ďalej uviedla, že predmetný komunikát nepropagoval len obchodné meno a tovar sponzora programu, ale propagoval aj jeho vlastnosť a pretože inštitút sponzorovania propagovanie vlastností tovaru neumožňuje, je zrejmé, že uvedená propagácia prekročila rámec sponzorského odkazu, keď predmetný komunikát upriamil pozornosť recipienta na cenu predmetného produktu, čím mohol ovplyvniť jeho rozhodnutie, čiže obsahoval reklamný zámer, a preto napĺňa definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z..

Žalovaná nesúhlasila s argumentáciou žalobcu vo vzťahu k porušeniu § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. obsiahnutú v jeho odvolaní. Uviedla, že v napadnutom rozhodnutí jasne uviedla, prečo mal byť predmetný komunikát oddelený od iných častí programovej služby a to na strane č. 8.

Žalovaná nesúhlasila ani s námietkou žalobcu, ktorou namietal údajné nedostatky v konaní

predchádzajúceho vydaniu napadnutého rozhodnutia. Uviedla, že pokiaľ žalobca argumentoval niekoľkoročnou vysielacou praxou sponzorských odkazov, a preto od žalovanej požadoval, aby uviedla na základe, akých nových výkladových pravidiel boli predmetné správne konanie začaté, toto tvrdenie treba považovať za zavádzajúce, pretože je potrebné dôsledne rozlišovať medzi vysielacou praxou žalobcu a medzi aplikačnou praxou Rady, ktoré pojmy žalobca spája účelovo do jedného. Poukázala na to, že záver, že daný komunikát je riadnym sponzorským odkazom odvysielaným v súlade so zákonom, možno jednoznačne vyvodiť až z právoplatného rozhodnutia Rady, keďže výkladové pravidlá môžu byť vytvárané jedine rozhodovacou činnosťou Rady a nie vysielacou praxou vysielateľa. Tvrdenia žalobcu, že skutočnosti uvedené v predmetnom pracovnom materiáli výrazne menili pravidlá súvisiace so zaraďovaním sponzorských odkazov do vysielania, žalovaná tiež považovala za zavádzajúce, v ktorej súvislosti poukázala na svoje rozhodnutie č. RP/244/2005 zo dňa 27. septembra 2005, ktorým uložila sankciu 100.000,-Sk vysielateľovi Slovenská televízia za porušenie obdobnej povinnosti. Vyslovila názor, že celá žalobcova argumentácia vychádza z mylnej premisy, že Rada mala povinnosť vydať dokument, ktorý by obsahoval výkladové pravidlá pre posudzovanie sponzorských odkazov, tento dokument zaslať vysielateľom a následne ho považovať za záväzný pri skúmaní dodržiavania povinností vyplývajúcich z inštitútu sponzorovania. Konštatovala, že takáto právomoc jej nevyplýva zo žiadneho ustanovenia, keďže Rada nie je kompetentná na vydávanie dokumentov, ktoré obsahujú záväzný výklad jednotlivých ustanovení zákona a jediný spôsob ako môže Rada určovať výkladové pravidlá je jej rozhodovacia činnosť.

Uviedla, že pokiaľ žalobca poukazuje na analýzu od spoločnosti Gfk AUDIMETRIES.A/N.V., správa tejto spoločnosti v žiadnom prípade nebola podkladom pre rozhodnutie, považujúc argumentáciu žalobcu v tomto smere za zavádzajúcu. Ďalej uviedla, že skutočnosť, prečo Rada v minulosti nesankcionovala žalobcu za vysielanie obdobných sponzorských odkazov resp. za ich neoddelenie a prekročenie 12 minútového reklamného času, nie je z hľadiska posúdenia zákonnosti odvysielania predmetného sponzorského odkazu relevantná.

Vo vzťahu k argumentácii žalobcu odkazom na rozsudky Krajského súdu v Bratislave č. 3S 190/2011 - 83 zo dňa 12. februára 2013 a rozsudok Najvyššieho súdu SR č. 3Sžo/40/2012 zo dňa 13. novembra 2012, uviedla, že postup prezentovaný v označených rozhodnutiach súdu je v priamom rozpore s výkladom, ktorý prijala Rada a ktorý bol uvedený aj v napadnutom rozhodnutí. Konštatovala, že podľa výkladu Rady je nutné klasifikovať komunikát, ktorého účelom je podporovať predaj, kúpu, alebo nájom tovaru, alebo služieb, vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov ako reklamu podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. a to aj v prípade, ak tento komunikát zároveň informuje diváka o tom, kto je sponzorom daného programu. Dala do pozornosti, že predmetný výklad vyplýva z analýzy, ktorú vypracovala nezávislá advokátska kancelária na objednávku Európskej komisie, ktorej účelom bol monitoring dodržiavania ustanovení smernice o audiovizuálnych mediálnych službách, súčasťou ktorej bolo aj riešenie problému týkajúceho sa označovania sponzora v zmysle § 38 ods. 2 č. 308/2000 Z. z. komunikátmi, ktoré svojím obsahom napĺňajú definíciu reklamy v zmysle smernice, a preto by mali byť zarátané do celkového povoleného rozsahu reklamy a telenákupu. Zdôraznila, že prezentovaný právny výklad bol v rozhodovacej praxi Rady použitý nielen z dôvodu, že ho uvádza Európska komisia, ale takýto postup je v zmysle ustanovení zákona č. 308/2000 Z. z. jediný možný. Ďalej uviedla, že dlhoročnou praxou bolo ustálené, že za označenie zmysle zákona č. 308/2000 Z. z. a Smernice o audiovizuálnych mediálnych službách je možné považovať aj samostatný komunikát, ktorý bezprostredne predchádza sponzorovanému programu alebo po ňom bezprostredne nasleduje, ak si však vysielateľ zvolí takúto formu označenia sponzorovaného programu, je zřejmé, že sponzorský odkaz nie je integrálnou súčasťou programu, ale tvorí samostatnú zložku programovej služby, zdôrazniac, že v danom prípade túto skutočnosť explicitne potvrdzuje aj sám žalobca, keď vo svojom odvolaní uviedol, že predmetné komunikáty tvorili samostatné zložky programovej služby. Tvrdila, že sponzorský odkaz ako samostatná zložka programovej služby nie je sponzorovaným programom a hoci identifikuje sponzora programu, táto samostatná zložka nemôže naplniť definíciu programu podľa § 3 písm. i/ zákona č. 308/2000 Z. z. a v prípade, že táto zložka obsahuje propagačné/reklamné prvky, nie je možné na jej obsah aplikovať § 38 ods. 4 zákona, nakoľko tento sa vzťahuje výlučne na sponzorovaný program a rovnako ostatné ustanovenia § 38, ktoré sa buď vzťahujú na sponzorovaný program alebo upravujú povinnosti, nie je možné na obsah sponzorského odkazu použiť, poukazom napr. na právnu úpravu § 38 ods. 2 zákona. Zdôraznila, že v prípade, ak tento sponzorský odkaz bude obsahovať zjavne propagačne,

a teda reklamné prvky, vzhľadom na znenie ustanovení upravujúcich pravidlá pre sponzorované programy, nie je zrejmé, ktoré konkrétne ustanovenie sa má použiť na sankcionovanie vysielateľa, keď takýto komunikát nie je sponzorovaným programom a dokonca ani nie je odvysielaný pred, po, alebo počas reklamného prerušenia sponzorovaného programu. Uviedla, že naopak definícia reklamy v § 32 ods. 1 zákona neobsahuje žiadnu výnimku pre verejné oznamy, ktoré okrem iného informujú diváka o tom, kto je/bol sponzorom nasledujúceho/predchádzajúceho programu, keď § 32 ods. 1 jednoznačne ustanovuje, že každé verejné oznámenie, ktorého účelom je podporovať predaj, kúpu, alebo nájom tovaru alebo služieb, vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov je reklamou a teda je naňho potrebné aplikovať ustanovenia pre reklamu ako napr. § 34 ods. 1 alebo § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.. V danej súvislosti dala do pozornosti rozsudok Najvyššieho súdu SR 8Sž/11/2012 z 29. novembra 2012 a judikatúru Českej republiky č. j. 7As 81/2005, 6As 44/2006, 6As 13/2009, 6As 5/2010, 7As 3/2009, 7As 53/2009, 7As 16/201, tvrdiac, že právna úprava reklamy a sponzorovania je pritom v Českej republike vo všetkých podstatných ohľadoch identická ako právna úprava v Slovenskej republike.

Žalovaná tiež poukázala na čl. 7 ods. 2 Ústavy SR, v zmysle ktorého z nadriadenosti Komunitárneho práva nad zákonmi Slovenskej republiky vyplýva pre vnútroštátne orgány aplikácie práva povinnosť vždy usilovať o eurokonformný výklad vnútroštátneho práva. Zdôraznila, že právny výklad, ktorý Rada použila v napadnutom rozhodnutí, bol Rade sprostredkovaný oficiálnou cestou zástupcami Európskej komisie a vychádzal z analýzy, ktorá ako problematické identifikovala dodržiavanie ustanovení smernice o audiovizuálnych mediálnych službách o hodinovom (a dennom) limite pre reklamu a nie porušovanie pravidiel pre sponzorované programy. Konštatovala, že vzhľadom na uvedené právny názor, ktorý Najvyšší súd SR a Krajský súd v Bratislave vyslovili v rozsudkoch citovaných žalobcom, nie je v zmysle účinných ustanovení zákona č. 308/2000 Z. z. vykonateľný. Zdôraznila, že v danom prípade Najvyšší súd Slovenskej republiky de facto interpretuje ustanovenia smernice o audiovizuálnych mediálnych službách a v prípade, ak mení doterajší výklad ustanovení tejto smernice je potrebné v takejto otázke iniciovať prejudiciálne konanie pred Európskym súdnym dvorom.

Záverom žalovaná konštatovala, že krajský súd v napadnutom rozsudku vec správne právne posúdil, rozsudok je riadne odôvodnený, vydaný na základe správnych skutkových a právnych záverov, krajský súd sa riadne vysporiadal s argumentmi žalobcu a napadnutý rozsudok nevykazuje žiadne právne ani logické vady, ktoré by mohli mať vplyv na jeho zákonnosť a rovnako a ani postup súdu v predmetnom konaní nevykazuje žiadne vady, ktoré by mohli mať vplyv na zákonnosť napadnutého rozsudku.

Najvyšší súd Slovenskej republiky ako súd odvolací (ust. § 10 ods. 2 O.s.p. v spojení s § 246c ods. 1) preskúmal napadnutý rozsudok krajského súdu z dôvodov a v rozsahu uvedenom v odvolaní žalobcu (§ 246c ods. 1 veta prvá v spojení s ust. § 212 ods. 1 O.s.p.) postupom podľa ust. § 250ja ods. 2 veta prvá O.s.p., keď deň vyhlásenia rozhodnutia bol zverejnený minimálne päť dní vopred na úradnej tabuli a na internetovej stránke Najvyššieho súdu Slovenskej republiky www.nsud.sk (§ 156 ods. 1 a 3 O.s.p. v spojení s § 246c ods. 1 veta prvá a § 211 ods. 2), a dospel k záveru, že odvolanie nie je dôvodné.

Predmetom odvolacieho konania v preskúmvanej veci bol rozsudok krajského súdu, ktorým súd prvého stupňa zamietol žalobu, ktorou sa žalobca domáhal zrušenia preskúmvaného rozhodnutia žalovaného správneho orgánu a vrátenia veci mu na ďalšie konanie.

Preskúmvaným rozhodnutím žalovaný správny orgán uložil žalobcovi sankciu - upozornenie na porušenie zákona, za porušenie povinnosti ustanovenej v § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z..

Odvolací súd v rozsahu odvolacích dôvodov preskúmal rozsudok súdu prvého stupňa ako aj konanie, ktoré mu predchádzalo, pričom v rámci odvolacieho konania skúmal aj napadnuté rozhodnutie žalovaného správneho orgánu a konanie mu prechádzajúce, najmä z toho pohľadu, či sa súd prvého stupňa vysporiadal so všetkými námietkami uvedenými v žalobe a z takto vymedzeného rozsahu, či správne posúdil zákonnosť a správnosť napadnutého rozhodnutia žalovaného správneho orgánu.

Predmetom preskúmvacieho konania v danej veci je rozhodnutie a postup žalovaného správneho orgánu, ktorým rozhodnutím žalovaný rozhodol s konečnou platnosťou o uložení sankcie žalobcovi za porušenie právnej povinnosti v zmysle zákona č. 308/2000 Z. z..

Podľa § 246c ods. 1, veta prvá O.s.p. pre riešenie otázok, ktoré nie sú priamo upravené v tejto časti, sa

použijú primerane ustanovenia prvej, tretej a štvrtej časti tohto zákona.

Podľa § 219 ods. 1, 2 O.s.p. odvolací súd rozhodnutie potvrdí, ak je vo výroku vecne správne. Ak sa odvolací súd v celom rozsahu stotožňuje s odôvodnením napadnutého rozhodnutia, môže sa v odôvodnení obmedziť len na skonštatovanie správnosti dôvodov napadnutého rozhodnutia, prípadne doplniť na zdôraznenie správnosti napadnutého rozhodnutia ďalšie dôvody.

Odvolací súd po vyhodnotení odvolacích dôvodov vo vzťahu k napadnutému rozsudku krajského súdu a vo vzťahu k obsahu súdneho a pripojeného administratívneho spisu v zmysle ustanovenia § 219 ods. 2 O.s.p. konštatuje, že nezistil dôvod na to, aby sa odchýlil od logických argumentov a relevantných právnych záverov vo veci samej, spolu so správnym poukazom na právnu úpravu vzťahujúcu sa k predmetu konania, uvedenú v odôvodnení napadnutého rozhodnutia krajského súdu, ktoré vytvárajú dostatočné právne východiská pre vyslovenie výroku napadnutého rozsudku. Senát odvolacieho súdu považuje právne posúdenie preskúmvanej veci krajským súdom za správne a súladné so zákonom.

Podľa § 4 ods.1 až 4 zákona o vysielaní a retransmisii poslaním rady je presadzovať záujmy verejnosti pri uplatňovaní práva na informácie, slobody prejavu a práva na prístup ku kultúrnym hodnotám a vzdelaniu a vykonávať štátnu reguláciu v oblasti vysielania, retransmisie a poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie.

Rada dbá o uchovávanie plurality informácií v spravodajských reláciách vysielateľov, ktorí vysielajú na základe zákona alebo na základe licencie podľa tohto zákona. Dohliada na dodržiavanie právnych predpisov upravujúcich vysielanie, retransmisiu a poskytovanie audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie a vykonáva štátnu správu v oblasti vysielania, retransmisie a poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie v rozsahu vymedzenom týmto zákonom.

Rada je právnická osoba so sídlom v Bratislave. Pri výkone štátnej správy v oblasti vysielania, retransmisie a poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie má postavenie orgánu štátnej správy s celoštátnou pôsobnosťou v rozsahu vymedzenom týmto zákonom a osobitnými predpismi.

Činnosť rady vyplývajúcu z jej poslania (odseky 1 a 2) a z jej pôsobnosti (§ 5) vykonávajú členovia rady a úlohy spojené s činnosťou rady plnia zamestnanci Kancelárie Rady pre vysielanie a retransmisiu (ďalej len "kancelária").

Podľa § 5 ods. 1, písm. g/, h/, m/, n/ zákona o vysielaní a retransmisii do pôsobnosti rady v oblasti výkonu štátnej správy patrí dohliadať na dodržiavanie povinností podľa tohto zákona a podľa osobitných predpisov, ukladať sankcie vysielateľom, prevádzkovateľom retransmisie a poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, ako aj tým, ktorí vysielajú alebo prevádzkujú retransmisiu bez oprávnenia, žiadať záznamy vysielania od vysielateľov v prípade potreby, vybavovať sťažnosti na porušenie tohto zákona podľa § 14a.

Podľa § 31a ods.1, písm. a/, b/, ods. 2,5, zákona o vysielaní a retransmisii mediálna komerčná komunikácia je na účely tohto zákona zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povesť fyzickej osoby alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a je poskytovaná ako súčasť programu alebo program sprevádza za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo je programovou službou určenou výhradne na reklamu a telenákup alebo programovou službou určenou výhradne na vlastnú propagáciu.

Mediálna komerčná komunikácia zahŕňa najmä reklamu, telenákup, sponzorovanie, umiestňovanie produktov, programovú službu určenú výhradne na reklamu a telenákup, programovú službu určenú výhradne na vlastnú propagáciu a dlhšie reklamné oznámenie podľa § 35 ods. 8.

Mediálna komerčná komunikácia musí byť zreteľne rozoznateľná od iných zložiek programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie.

Podľa § 32 ods.1 zákona o vysielaní a retransmisii reklama na účely tohto zákona je akékoľvek verejné oznámenie vysielané za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu vrátane vlastnej propagácie, ktorého

zámerom je podporiť predaj, nákup alebo nájom tovaru alebo služieb vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný objednávatelom reklamy alebo vysielateľom.

Podľa § 34 ods.1,2 zákona o vysielaní a retransmisii vysielanie reklamy a telenákupu musí byť rozoznateľné a zreteľne oddelené od iných častí programovej služby tak, aby neboli zameniteľné s inými zložkami programovej služby; vo vysielaní rozhlasovej programovej služby sa použijú na oddelenie zvukové prostriedky a vo vysielaní televíznej programovej služby zvukovo-obrazové alebo priestorové prostriedky.

Vo vysielaní televíznej programovej služby sa reklama a telenákup vysielajú v blokoch a oddelene od iných častí tejto programovej služby. Vysielanie samostatných reklamných a telenákových šotov je povolené vo vysielaní športových udalostí, v ostatných prípadoch je povolené iba výnimočne.

Podľa § 38 ods. 1 a 4 zákona o vysielaní a retransmisii sponzorovanie na účely tohto zákona je plnenie určené na priame alebo nepriame financovanie programu, programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity právnickej osoby alebo fyzickej osoby, ktorá také plnenie poskytna. Sponzorovanie nie je plnenie podľa prvej vety, ktoré poskytla právnická osoba alebo fyzická osoba, ktorá je vysielateľom alebo poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie alebo tento program vyrobila.

Vysielateľ a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie je povinný zabezpečiť, aby sponzorovaný program, sponzorovaná programová služba alebo sponzorovaná audiovizuálna mediálna služba na požiadanie priamo nepodporovala predaj, nákup ani prenájom tovarov alebo služieb sponzora alebo tretej osoby, a to najmä osobitnými propagačnými zmienkami o uvedených tovaroch či službách v týchto programoch, programovej službe alebo v audiovizuálnych mediálnych službách na požiadanie.

Podľa ust. § 64 ods. 1 písm. a/, zák. č. 308/2000 Z. z., za porušenie povinnosti uloženej týmto zákonom alebo osobitnými predpismi rada ukladá tieto sankcie: a) upozornenie na porušenie zákona.

Podľa § 71 ods.1 zákona o vysielaní a retransmisii na konanie podľa tohto zákona sa vzťahuje všeobecný predpis o správnom konaní (zákon č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení neskorších predpisov - správny poriadok) okrem ustanovení § 23 v časti nesprístupnenia zápisníc o hlasovaní a § 49, 53, 54, 56 až 68 zákona o správnom konaní.

Podľa § 3 ods. 1 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení neskorších predpisov - správneho poriadku, správne orgány postupujú v konaní v súlade so zákonom a inými právnymi predpismi. Sú povinné chrániť záujmy štátu a spoločnosti, práva a záujmy fyzických osôb a právnických osôb a dôsledne vyžadovať plnenie ich povinností.

Podľa § 32 ods.1 správneho poriadku správny orgán je povinný zistiť presne a úplne skutočný stav veci a za tým účelom si obstaráť potrebné podklady pre rozhodnutie. Pritom nie je viazaný len návrhmi účastníkov konania.

Podľa § 46 správneho poriadku rozhodnutie musí byť v súlade so zákonmi a ostatnými právnymi predpismi, musí ho vydať orgán na to príslušný, musí vychádzať zo spoľahlivo zisteného stavu veci a musí obsahovať predpísané náležitosti.

Odvolaací súd v preskúmvanej veci dospel k zhodnému záveru ako súd prvého stupňa, že žalovaný správny orgán v predmetnej veci postupoval v intenciách citovaných právnych noriem, vo veci si zadovážil dostatok skutkových okolností relevantných pre vydanie rozhodnutia, riadne zistil skutočný stav veci, skutkové okolnosti správne právne posúdil, svoje skutkové a právne závery náležite zdôvodnil v odôvodnení napadnutého rozhodnutia a súčasne sa vysporiadal s námietkami žalobcu vznesenými v priebehu správneho konania a v konaní sa nedopustil ani takej vady, ktorá by mala za následok nezákonnosť rozhodnutia, z ktorých dôvodov napadnuté rozhodnutie žalovaného správneho orgánu je možné považovať za súladné so zákonom.

Najvyšší súd dáva do pozornosti, že úlohou súdu pri preskúmaní zákonnosti rozhodnutia a postupu správneho orgánu podľa piatej časti druhej hlavy Občianskeho súdneho poriadku (§§ 247 a nasl. O.s.p.) je posudzovať, či správny orgán vecne príslušný na konanie si zadovážil dostatok skutkových podkladov pre vydanie rozhodnutia, či zistil vo veci skutočný stav, či konal v súčinnosti s účastníkom konania, či rozhodnutie bolo vydané v súlade so zákonmi a inými právnymi predpismi a či obsahovalo zákonom predpísané náležitosti, teda či rozhodnutie správneho orgánu bolo vydané v súlade s hmotnoprávnymi ako aj s procesnoprávnymi predpismi. Zákonnosť rozhodnutia správneho orgánu je podmienená zákonnosťou postupu správneho orgánu predchádzajúceho vydaniu napadnutého rozhodnutia.

Podľa § 250i ods.2 O.s.p. ak správny orgán podľa osobitného zákona rozhodol o spore alebo o inej právnej veci vyplývajúcej z občianskoprávných, pracovných, rodinných a obchodných vzťahov (§ 7 ods. 1) alebo rozhodol o uložení sankcie, súd pri preskúmaní tohto rozhodnutia nie je viazaný skutkovým stavom zisteným správnym orgánom. Súd môže vychádzať zo skutkových zistení správneho orgánu, opätovne vykonať dôkazy už vykonané správnym orgánom alebo vykonať dokazovanie podľa tretej časti druhej hlavy.

Pri rozhodnutí, ktoré správny orgán vydal na základe zákonom povolenej voľnej úvahy (správne uváženie), preskúmava súd iba, či také rozhodnutie nevybočilo z medzí a hľadísk ustanovených zákonom. Súd neposudzuje účelnosť a vhodnosť správneho rozhodnutia.(§ 245 ods. 2 O.s.p.).

Zákonodarca v právnej norme § 31a ods.1,2 zákona o vysielaní a retransmisii, citovanej vyššie, ustanovuje definíciu mediálnej komerčnej komunikácie, v zmysle ktorej je mediálnou komerčnou komunikáciou každá zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povest' fyzickej osoby alebo právnickej osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a je poskytovaná ako súčasť programu alebo program sprevádza za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie, pričom zákonodarca označuje z a mediálnu komerčnú komunikáciu najmä reklamu, telenákup, sponzorovanie, umiestňovanie produktov, programovú službu určenú výhradne na reklamu a telenákup, programovú službu určenú výhradne na vlastnú propagáciu a dlhšie reklamné oznámenie podľa § 35 ods. 8. V ustanoveniach, vyššie citovaných, zákona o vysielaní a retransmisii zákonodarca vymedzuje pojem reklamy (§ 32 ods.1) a náležitosti spracovania sponzorovania (§ 38). Z uvedenej právnej úpravy vyplýva, že vysielateľ je povinný sponzorovaný program zreteľne označiť v súlade s požiadavkami podľa § 38 ods. 2 tohto zákona. Sponzorským odkazom je recipient informovaný o skutočnosti, že sleduje resp. bude sledovať program, ktorý je sponzorovaný a tiež, kto je sponzorom. Účelom sponzorského odkazu je, na rozdiel od reklamy, propagácia sponzora uvedením jeho obchodného mena, názvu výrobku prípadne služby sponzora, s dôrazom na informovanie o jeho existencii a vytváranie dobrého mena firmy alebo výrobku/služby sponzora, nie však s reklamným zámerom - podpora predaja tovarov/služieb.

Pri posudzovaní, či došlo odvysielaním programu alebo jej zložky k mediálnej komerčnej komunikácii vo forme reklamy alebo k sponzorovaniu programu sa musí vychádzať z obsahu a účelu konkrétneho komunikátu posudzujúc ho v kontexte jeho úplného odvysielania s prihliadnutím na jeho dopad na diváka resp. poslucháča, t.j. možnosť jeho vnímania. Zákonodarca pritom posudzovanie charakteru odvysielaného komunikátu zveril do právomoci Rade v súlade s právnou úpravou ustanovenou v právnych normách § 4 v spojení s § 5. Zákonodarca teda zveril do pôsobnosti Rady aj posúdenie, či skutkom kladeným vysielateľovi za vinu došlo k porušeniu právnej povinnosti, ktorá vysielateľovi vyplýva z právnej normy ustanovenej v uvedenom zákone a vykonať výklad tejto právnej normy.

Pokiaľ zákonodarca zveruje do právomoci správneho orgánu rozhodovanie o určitých otázkach na základe správneho uváženia, neprislúcha súdu, aby nad rámec vlastných právomocí (podľa Občianskeho súdneho poriadku) vlastnou úvahou nahrádzal toto oprávnenie správneho orgánu, pretože by vstupoval do právomoci iných orgánov štátnej moci. Správny súd pri preskúmaní zákonnosti rozhodnutia a postupu správneho orgánu v konkrétnej veci sa v zásade obmedzí na otázku, či vykonané dôkazy, z ktorých správny orgán vychádza, nie sú pochybné, najmä kvôli prameňu, z ktorých pochádzajú alebo pre porušenie niektorej procesnej zásady správneho konania a ďalej na otázku, či vykonané dôkazy logicky robia vôbec možným skutkový záver, ku ktorému správny orgán dospel. Správny súd pri preskúmaní zákonnosti správneho rozhodnutia a postupu správneho orgánu posudzuje, či správny

orgán aplikoval na predmetnú právnu vec relevantný právny predpis a vykonal jeho výklad v súlade s čl. 152 ods. 4 ústavy.

V danej súvislosti odvolací súd dáva do pozornosti judikatúru Ústavného súdu Slovenskej republiky. Ústavný súd v rozhodnutí sp. zn. IV. ÚS 101/2010-19 zo dňa 11. marca 2010 konštatoval: „Úlohou súdu v správnom súdnictve nie je nahradzovať činnosť správnych orgánov, ale len preskúmať zákonnosť ich postupov a rozhodnutí, teda to, či kompetentné orgány pri riešení konkrétnych otázok rešpektovali príslušné hmotno-právne a procesno-právne predpisy.“ Ďalej konštatoval: „Treba vziať do úvahy, že správny súd nie je súdom skutkovým, ale je súdom, ktorý posudzuje iba právne otázky napadnutého postupu alebo rozhodnutia orgánu verejnej správy.“

Vychádzajúc z vyššie uvedeného, ako aj zo skutkových okolností vyplývajúcich z administratívneho spisu senát odvolacieho súdu v danom prípade tiež dospel k záveru, že žalobca odvysielaním sponzorského odkazu spoločnosti Orange Slovensko, a.s. produktu FunFón, naplnil znaky mediálnej komerčnej komunikácie charakterom spracovania reklamy, v ktorej sa pozitívne hodnotili vlastnosti uvedeného produktu tejto spoločnosti, pretože z jeho obsahu vyplýva skutočnosť, že obsahom predmetného komunikátu nebol len sponzorský odkaz na spoločnosť Orange Slovensko, a.s., ale z jeho obsahu vyplynulo pozitívne hodnotenie produktu tejto spoločnosti, keď sponzorský odkaz spoločnosti Orange Slovensko, a.s. verbálnym a vizuálnym spracovaním upriamuje pozornosť recipienta na produkt FunFón v znení: „chcel by som poďakovať mobilnému operátorovi FunFón, že keď som už nemohol účinkovať v tomto programe, môžem si aspoň volať s kamošmi za fasa ceny. Všetci presvedč sa na funfon.sk“, čím odznela hodnotiacia zmienka zvyčajne týkajúca sa vlastností produktu sponzora, týkajúca sa jeho výhodnej ceny, pobádajúc diváka overiť si poskytovanú informáciu. Z uvedeného vyplýva, že zmienka v predmetnom programe o uvedenom produkte sponzora vo forme verbálnej a vizuálnej zložke jej spracovania sa neobmedzila iba na informovanie recipienta o sponzorovanom programe a jeho produkte, ale hodnotila aj vlastnosť tohto produktu, resp. výhodu, čím pozitívne hodnotila predmetný produkt sponzora, ktorú skutočnosť možno považovať za podporu jeho predajnosti.

Vzhľadom k uvedenému odvolací súd nesúhlasil s tvrdením žalobcu, že predmetný komunikát nepodporoval priamo predaj, nákup ani prenájom tovarov alebo služieb sponzora, teda spoločnosti Orange Slovensko, a.s.. Odvysielaný komunikát aj podľa názoru odvolacieho súdu prezentoval produkt sponzora pozitívnym kvalitatívnym hodnotením - „fasa cena“, čím došlo k naplneniu reklamného zámeru, t. j. podporiť predajnosť predmetného produktu. Odvolací súd preto dospel k záveru, že uvedené zmienky o produkte sponzora je treba považovať za osobitné propagačné zmienky pozitívne hodnotiace produkt sponzora programu spoločnosti Orange Slovensko, a.s., z ktorých dôvodov predmetný komunikát naplnil znaky definície reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z., čím došlo zo strany žalobcu k porušeniu § 34 ods.1 tohto zákona, keď k jej odvysielaniu došlo bez jej rozoznateľného a zrozumiteľného oddelenia od iných častí programovej služby tak, aby nebola zameniteľná s inými zložkami programovej služby. Z uvedených dôvodov odvolací súd námietku žalobcu, ktorou namietal nezákonnosť rozhodnutia Rady pre nesprávne právne posúdenie vecí v dôsledku nesprávneho vyhodnotenia skutku považoval za nedôvodnú. Pre úplnosť je potrebné uviesť, že pokiaľ súčasťou odvysielaného komunikátu bolo aj označenie sponzora, uvedené nebráni tomu, aby tento zároveň naplnil definíciu reklamy.

Odvolací súd nesúhlasil ani s odvolacou námietkou, ktorou žalobca namietal, že žalovaný správny orgán ako aj krajský súd sa náležite nevyporiadali s jeho námietkami týkajúcimi sa vymedzenia pojmov sponzorský odkaz a reklama. Z odôvodnenia žalovaného ako aj súdu prvého stupňa vyplýva, že výkladu právnej úpravy zákona o vysielaní a retransmisii týkajúcej sa reklamy a sponzorovaného programu tak žalovaný správny orgán ako aj prvostupňový súd venovali náležitú pozornosť a svoje právne závery v odôvodneniach svojich rozhodnutí i riadne zdôvodnili.

Odvolací súd nepovažoval za dôvodnú ani odvolaciu námietku, ktorou žalobca namietal, že žalovaný správny orgán riadne nezdôvodnil a nepreukázal, že vysielaný sponzorský odkaz je reklamou, čím došlo zo strany vysielateľa k porušeniu jeho povinnosti podľa § 34 ods.1 zákona o vysielaní a retransmisii,

majúce za následok nepreskúmateľnosť napadnutého rozhodnutia. V odôvodnení preskúmaného rozhodnutia žalovaný správny orgán jasným, určitým a zrozumiteľným spôsobom uviedol, z akých pokladov vychádzal pri zisťovaní skutkového stavu, na základe akých skutkových okolností ustálil svoj právny záver, že predmetný komunikát napĺňa znaky reklamy podľa § 32 ods.1 zákona o vysielaní a retransmisii, čím došlo zo strany vysielateľa k porušeniu jeho povinnosti podľa § 34 ods.1 tohto zákona. Senát odvolacieho súdu v danom prípade nezistil rozpory v úsudku správneho orgánu, ktorý bol logickým záverom vychádzajúcim zo vstupov a premís, ktoré boli predmetom konania, pričom Rada v odôvodnení napadnutého rozhodnutia svoj právny záver aj náležite zdôvodnila, keď v napadnutom rozhodnutí poskytla žalobcovi dostatočnú odpoveď na ním namietané argumenty, ktoré uviedol aj vo svojom stanovisku v rámci správneho konania a súčasne aj náležite poskytla výklad pojmov právnej úpravy ustanovenej v § 32 ods. 1 v spojení s § 34 ods.1, ako aj v § 38 zákona č. 308/2000 Z. z.. Z uvedených dôvodov nie je možné považovať napadnuté rozhodnutie žalovaného správneho orgánu za nepreskúmateľné pre nedostatok dôvodov.

Odvolací súd nemohol prisvedčiť ani argumentácii žalobcu, že v súlade s princípmi právnej istoty a predvídateľnosti práva vysielal a vysiela sponzorské odkazy v súlade s bežnými pravidlami pre vysielanie sponzorských odkazov a nemá vedomosť o tom, že by sa tieto pravidlá zmenili či už v dôsledku legislatívnych zmien alebo v dôsledku prijatia iných výkladových pravidiel regulačným orgánom, keď o takomto postupe Rady nebol informovaný, ktorou namietal nedostatky v správnom konaní predchádzajúceho vydaniu napadnutého rozhodnutia, dajúc do pozornosti rozsudok Krajského súdu Bratislave č. 3S 190/2011 - 83 z 12. februára 2013 a rozsudok Najvyššieho súdu SR č. 3Sžo 40/2012 zo dňa 13. novembra 2012. Vychádzajúc zo skutkových zistení je zrejmé, že v časovom období pred odvysielaním predmetného komunikátu a začatia správneho konania v danej veci Rada vyslovila právne závery súvisiace so zaraďovaním sponzorských odkazov do vysielania - rozhodnutie č. RP/244/2005 zo dňa 27. septembra 2005, ktorým uložila sankciu 100.000 Sk vysielateľovi Slovenská televízia za porušenie obdobnej povinnosti, pričom meritórne rozhodnutia sú verejne prístupné aj na webovej stránke žalovanej (<http://www.rvr.sk/sk/databaza-sankcnych-rozhodnuti/>). Nemožno preto súhlasiť s tvrdením žalobcu, že v rozhodovacej činnosti Rady ako orgánu verejnej správy išlo o prekvapivé rozhodnutie, ktorým v súvislosti s vyššie uvedeným pracovným materiálom Rada výrazne zmenila pravidlá súvisiace so zaraďovaním sponzorovaných programov do vysielania a tým došlo k porušeniu jeho ústavného práva právnej istoty a predvídateľnosti práva. Žalobca teda mohol mať vedomosť o výklade zákona č. 308/2000 Z. z. uplatňovanom Radou ohľadne náležitostí sponzorovaného programu. Samotná skutočnosť, že Rada v minulosti žalobcu nesankcionovala za vysielanie obdobných sponzorských odkazov z hľadiska posúdenia zákonnosti odvysielania predmetného komunikátu je právne bezvýznamná. A práve vzhľadom k tomu, že voči žalobcovi ako vysielateľovi nebolo nikdy vydané rozhodnutie, ktorým by mu boli poskytnuté výkladové pravidlá týkajúce sa vysielania sponzorovaného programu a ich odlišenia od reklamy, účelom napadnutého rozhodnutia, ktorým mu bola udelená sankcia - upozornenie za porušenie zákona, bolo okrem iného poskytnúť mu výklad Rady jednotlivých ustanovení veci sa týkajúcich tak, aby vedel, akým spôsobom má v budúcnosti vysielat' sponzorské odkazy v súlade so zákonom.

Vo vzťahu k argumentácii žalobcu odkazom na rozsudok Krajského súdu v Bratislave č. 3S 190/2011 - 83 zo dňa 12. februára 2013 a rozsudok Najvyššieho súdu SR č. 3Sžo/40/2012 zo dňa 13. novembra 2012, je senátu odvolacieho súdu v danej veci známa skutočnosť, že senáty správneho kolégia najvyššieho súdu v obdobných veciach rozhodli rozdielne, pričom doposiaľ nedošlo k zjednocujúcemu názoru publikovaného v Zbierke stanovísk najvyššieho súdu a rozhodnutí súdov Slovenskej republiky. Senát odvolacieho súdu v danom prípade sa nestotožnil s právnym názorom vysloveným v rozsudku Najvyššieho súdu SR č. 3Sžo/40/2012 zo dňa 13. novembra 2012 a to práve z dôvodov uvedených vyššie, že v danej veci išlo o rozhodnutie Rady vydané na základe správnej úvahy (správne uváženie), a preto súd bol oprávnený ho preskúmať v zmysle § 245 ods. 2 O.s.p. iba v rozsahu, či takéto rozhodnutie nevybočilo z medzí a hľadísk ustanovených zákonom, s tým, že pokiaľ je zákonom založené správne uváženie správneho orgánu o veciach rozhodovania na základe posúdenia Rady, či vysielateľ porušil právnu povinnosť stanovenú mu zákonom, toto uváženie nemôže súd nahradiť svojim vlastným rozhodnutím a ani skúmať účelnosť a vhodnosť vydaného rozhodnutia.

Za nedôvodnú považoval odvolací súd aj námietku žalobcu, ktorou namietal, že súd prvého stupňa sa nedostatočne vysporiadal s jeho námietkami a dôvodmi uvedenými v žalobe poukazom na judikatúru súdov. Z obsahu žaloby vyplýva, že žalobca citoval právne závery súdov Českej republiky, ktoré môžu byť hodnotným prínosom pre rozhodovaciu činnosť aj slovenských súdov, keďže právna úprava v oblasti vysielania a retransmisii je v oboch krajinách EÚ porovnateľná, avšak judikatúru Najvyššieho správneho súdu Českej republiky nie je možné považovať za záväznú pre rozhodovaciu činnosť slovenských súdov. Pokiaľ teda súd prvého stupňa nezaujal žiadne stanovisko k judikatúre súdov, na ktorú žalobca poukazyval v žalobe, odvolací súd nepovažoval tento postup prvostupňového súdu za vadu, ktorá by mala za následok nezákonnosť napadnutého rozsudku.

Najvyšší súd z uvedených dôvodov nepovažoval námietky žalobcu uvedené v jeho odvolaní proti rozhodnutiu súdu prvého stupňa za relevantné na vyhoviecie jeho odvolacieho návrhu.

Vzhľadom na uvedené Najvyšší súd Slovenskej republiky napadnutý rozsudok súdu prvého stupňa ako vecne správny a v súlade so zákonom potvrdil podľa § 250ja ods. 3 v spojení s § 219 ods. 1,2 O.s.p..

O náhrade trov odvolacieho konania odvolací súd rozhodoval podľa § 250k ods.1 O.s.p.. Žalobcovi nepriznal náhradu trov tohto konania, pretože v tomto konaní bol neúspešný.

Senát Najvyššieho súdu Slovenskej republiky v danej veci rozhodol pomerom hlasov 3:0 (§ 3 ods. 9 zákona č. 757/2004 Z. z. o súdoch a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení účinnom od 1. mája 2011).

Poučenie:

Proti tomuto rozsudku nie je prípustný opravný prostriedok.