

Súd: Najvyšší správny súd SR
Spisová značka: 8Asan/14/2020
Identifikačné číslo spisu: 1019200316
Dátum vydania rozhodnutia: 27. apríla 2022
Meno a priezvisko: JUDr. Marián Trenčan
Funkcia: predseda senátu
ECLI: ECLI:SK:NSSSR:2022:1019200316.1

ROZSUDOK

Najvyšší správny súd Slovenskej republiky v senáte zloženom z predsedu senátu JUDr. Mariána Trenčana a členov senátu JUDr. Eleny Berthotyovej, PhD. a prof. JUDr. Juraja Vačoka, PhD., v právnej veci žalobcu: Rozhlas a televízia Slovenska, Mlynská dolina, Bratislava, IČO: 47 232 480, proti žalovanej: Rada pre vysielanie a retransmisiu, Palisády 36, Bratislava, o kasačnej sťažnosti žalovaného proti rozsudku Krajského súdu v Bratislave č. k. 5S/44/2019-45 zo dňa 10. decembra 2019, v konaní o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovanej č. RP/1/2019 zo dňa 14.01.2019, jednomyseľne takto

rozhodol:

I. Kasačná sťažnosť sa z a m i e t a .

II. Účastníkom sa nárok na náhradu trov kasačného konania n e p r i z n á v a .

Odôvodnenie

I. Konanie pred orgánom verejnej správy

1. Rozhodnutím č. RP/1/2019, vydaným dňa 14.01.2019 v správnom konaní č. 207/SKO/2019 (ďalej aj „rozhodnutie žalovaného“ alebo „preskúmané rozhodnutie“), žalovaný uložil žalobcovi podľa § 64 ods. 1 písm. d/ a § 67 ods. 5 písm. a/ 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.“) pokutu vo výške 6.636,- € za porušenie povinnosti ustanovenej v § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. Správneho deliktu sa podľa rozhodnutia žalobca dopustil tým, že na televíznej programovej službe Dvojka dňa 01.07.2018 počas priameho prenosu športového podujatia, futbalového zápasu FIFA MS 2018 Španielsko - Rusko, odvysielaného v čase od 15.52 hod., odvysielal o cca 16:37:06 hod. sponzorský odkaz označujúci za sponzora programu stávkovú kanceláriu Fortuna, ktorý bol vysielaný od cca 36. minúty a 56. sekundy zápasu do konca 37. minúty a 13. sekundy zápasu, čím porušil povinnosť zaradiť reklamné šoty iba medzi jednotlivé časti podujatia alebo počas prestávok v ňom.

2. V odôvodnení rozhodnutia žalovaný uviedol presný popis monitoringu vysielateľa RTVS zo dňa 01.07.2018 od času 15:30:10 do 18:45:52, citoval relevantnú časť vyjadrenia žalobcu k začatému konaniu, pričom konštatoval, že v čase 36:56 prvého polčasu uvedeného futbalového zápasu, niekoľko sekúnd po faule na španielskeho hráča, bol do vysielania zaradený sponzorský odkaz sponzora programu, ktorý trval cca 12 sekúnd; po sponzorskom odkaze nasledoval reklamný jingel v trvaní 5 sekúnd a následne pokračovalo vysielanie predmetného podujatia. Sponzorský odkaz teda nebol odvysielaný výlučne počas prestávky v podujatí, ale zasiahol aj do vysielania samotného podujatia, z ktorého v dôsledku zaradenia sponzorského odkazu nebolo odvysielaných 17 sekúnd.

3. K stanovisku žalobcu v správnom konaní, podľa ktorého k danému stavu nedošlo úmyselne, žalovaný poukázal na to, že zákon č. 308/2000 Z. z. vychádza z princípu objektívnej zodpovednosti za správny delikt a teda žalobca je za jeho spáchanie zodpovedný bez ohľadu na zavinenie. Rozhodnutie o pokute vo výške dvojnásobku najnižšej možnej sadzby žalovaný podrobne zdôvodnil vyhodnotením jednotlivých zákonných kritérií a označil rozhodnutia, ktorými už v minulosti uložil žalobcovi sankciu za porušenie povinnosti podľa § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z.

II. Konanie pred správnym súdom

4. Proti rozhodnutiu žalovaného podal žalobca v zákonnej lehote správnu žalobu Krajskému súdu v Bratislave (ďalej len „správny súd“ alebo „krajský súd“) a navrhol ho zrušiť a vec vrátiť žalovanej na ďalšie konanie.

5. V žalobných bodoch žalobca považoval za nesporné, že skutočne došlo k odvysielaniu sponzorského odkazu ako aj reklamného jingla, tak ako je uvedené v popise skutkového stavu v preskúmanom rozhodnutí, avšak mal za to, že jeho konanie bolo v súlade s platnými a účinnými právnymi predpismi a zo strany žalovaného došlo pri vydaní tohto rozhodnutia k nesprávnemu právnemu posúdeniu veci. Tvrdil, že zo žiadneho ustanovenia zákona č. 308/2000 Z. z. nevyplýva, že by počas prenosu športových podujatí nemohli byť odvysielané sponzorské odkazy alebo reklamné jingle, alebo že by sponzorský odkaz a reklamný jingel bolo možné subsumovať pod legálnu definíciu reklamného šotu alebo telenákušného šotu podľa § 32 ods. 3 uvedeného zákona. Podľa žalobcu sa jedná o obsahovo aj účelovo rozdielne právne inštitúty s osobitnou právnou úpravou v rámci zákona č. 308/2000 Z. z. a preto obmedzenie podľa § 35 ods. 2 sa na tieto inštitúty nevzťahuje, nakoľko v ňom nie sú explicitne uvedené. Zákon č. 308/2000 Z. z. teda podľa žalobcu neupravuje zaraďovanie sponzorských odkazov a reklamných jinglov počas prenosu športových podujatí a už vôbec za takéto konanie neustanovuje možnosť uloženia sankcie. Podľa žalobcu aj sám žalovaný v rozhodnutí uvádza, že pri vydaní preskúmaného rozhodnutia postupoval analogicky tak, že na konanie žalobcu použil ustanovenie, ktoré podľa jeho názoru sleduje rovnaký účel. Takýmto použitím analógie v správnom trestaní však došlo podľa žalobcu k porušeniu jeho práv.

6. Žalobca vyjadril názor, že uložená pokuta sa týka správneho (administratívneho) trestania za správny delikt, ktorého základnou zásadou je v zmysle článku 7 ods. 1 Dohovoru o ochrane ľudských práv a základných slobôd (ďalej len „Dohovor“) a článku 49 Ústavy Slovenskej republiky zásada zákonnosti (nullum crimen nulla poena sine lege). Táto zásada zahŕňa okrem zákazu retroaktivity právnych predpisov v neprospech páchatel'a aj princíp, že len zákon môže určiť, čo je trestným činom a stanoviť zaň trest, ako aj princíp, podľa ktorého trestné právo nesmie byť aplikované extenzívnym spôsobom v neprospech obvineného, najmä prostredníctvom analógie. Z toho podľa žalobcu plynie, že trestný čin musí byť jasne definovaný zákonom. Táto podmienka je splnená, ak ten ktorému je právna norma určená, môže z jej znenia zistiť, aké konanie alebo opomenutie spôsobuje jeho trestnú zodpovednosť. Tu žalobca poukázal na judikatúru Ústavného súdu Slovenskej republiky, napr. vo veci sp. zn. II. ÚS 476/2014-46, PL.z. ÚS 3/2014, II. ÚS 792/2014, i na rozsudok EŠLP vo veci Kokkinakis v. Grécko č. 14307/88 z 25.05.1993, bod 52.

7. Na základe uvedeného žalobca tvrdil, že žalovaný vytvorila novú skutkovú podstatu správneho deliktu v jeho neprospech, pričom konal v rozpore s vyššie uvedenými princípmi.

8. Žalovaný navrhol správnu žalobu zamietnuť, pričom v písomnom vyjadrení k nej uviedol, že sponzorské odkazy aj reklamné jingle sú typom mediálnej komerčnej komunikácie, ktorým je aj reklama. Akceptovaním konania žalobcu by podľa jeho názoru mohlo ľahko dochádzať k obchádzaniu

zákona, nakoľko pokiaľ je možné počas prenosu športového podujatia zaraďovať reklamné a telenákupné šoty iba medzi jednotlivé časti alebo počas prestávok, nie je žiaden dôvod, aby sa rovnaká podmienka nevzťahovala aj na ostatné typy mediálnej komerčnej komunikácie. Z tohto dôvodu žalovaná pristúpila k použitiu analógie a vyhodnotila konanie žalobcu ako rozporné so zákonom. Na oboch prípadoch totiž dochádza podľa žalovaného k prerušeniu športového podujatia počas jeho vysielania (mimo povolených reklamných prestávok), čím je obmedzená možnosť divákov sledovať toto podujatie. Z dôvodu iného označenia tohto porušenia - reklama alebo sponzorský odkaz - by však jedno konanie bolo protiprávne a druhé v súlade so zákonom.

9. Podľa žalovaného cieľom povinnosti ustanovenej v pôvodnej smernici Rady 89/552/EEC z 3.10.1989 o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania, ako aj povinnosti ustanovenej v zákone č. 308/2000 Z. z., nebolo rozlišovať medzi rôznymi druhmi mediálnej komerčnej komunikácie, ale zabezpečiť divákovi nerušené sledovanie športového podujatia. Zámer zákonodarcu zamedziť konaniu, ktoré by malo negatívny dopad na sledovanie športového podujatia divákmi, by tak bol zmarený len tým, že sa vysielateľ rozhodne označiť určité komunikáty ako iný typ mediálnej komerčnej komunikácie.

10. Správny súd po prejednaní veci na nariadenom pojednávaní rozsudkom č. k. 5S/44/2019-45 zo dňa 10.12.2019 zrušil rozhodnutie žalovaného a vec mu vrátil na ďalšie konanie; priznal tiež žalobcovi voči žalovanému nárok na náhradu trov konania vo výške 100%.

11. Konštatoval, že sponzorský odkaz ani reklamný jingel nie je možné subsumovať pod ustanovenie § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. V danej veci išlo podľa správneho súdu o trestné obvinenie v zmysle článku 6 Dohovoru, ktorého nasledujúci článok 7 ods. 1 ustanovuje, že nikoho nemožno odsúdiť za konanie alebo opomenutie, ktoré v čase keď bolo spáchané, nebolo podľa vnútroštátneho alebo medzinárodného práva trestným činom. Uviedol, že v zmysle rozhodnutí Najvyššieho súdu Slovenskej republiky (napr. sp. zn. 8Sžo/147/2008) trestanie za správne delikty musí podliehať rovnakému režimu ako trestný postih za trestné činy a ďalej poukazyval na zásadu zákonnosti v zmysle článku 49 Ústavy Slovenskej republiky a na judikatúru Ústavného súdu Slovenskej republiky, ktorú zmenil už žalobca v správnej žalobe. V zhode so žalobcom zaujal názor, že analógia v neprospech páchatel'a je v trestnom práve hmotnom a teda aj v správnom trestaní za správny delikt vylúčená.

12. Vzhľadom na uvedené dospel správny súd k záveru, že nakoľko zaradenie sponzorských odkazov a reklamných jinglov počas prenosu športových podujatí nie je v zákone č. 308/2000 Z. z. upravené, nie je postihnuteľné sankciou a preto žalovaný vydaním preskúmaného rozhodnutia porušil zásadu zákonnosti, pretože extenzívnym výkladom zákona č. 308/200 Z. z. vytvoril novú skutkovú podstatu správneho deliktu a uložil zaň trest, čím žalobcu poškodil.

III. Kasačná sťažnosť žalovaného, stanovisko žalobcu

13. Proti rozsudku správneho súdu podal žalovaný (ďalej len „sťažovateľ“) včas kasačnú sťažnosť z dôvodu podľa § 440 ods. 1 písm. g/ SSP pre nesprávne právne posúdenie veci.

14. Mal za to, že použitie analógie bolo v predmetnom prípade v súlade s podmienkami jej použitia a v súlade so zásadou zákonnosti. Správny súd podľa sťažovateľa neprihliadol na účel aplikovaných ustanovení, ktorým je zabezpečiť pri prenose športových podujatí, aby diváci mohli tieto podujatia sledovať celé, čiže každú ich sekundu. Z tohto dôvodu sa majú reklamné prestávky zaraďovať medzi jednotlivé časti podujatia (napríklad medzi jednotlivými polčasmi, tretinami a pod.), prípadne aj počas samotného podujatia, avšak iba počas na to vyhradených reklamných prestávok. Hoci sponzorský odkaz a reklamný jingel nie sú reklamou per se, ich dôsledok bol rovnaký, ako keby bola do vysielania športového podujatia zaradená reklama, čiže divák bol ukrátený o časť športového podujatia.

15. V danom prípade došlo podľa sťažovateľa k popretiu účelu ustanovenia § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., keďže následok sankcionovaného konania bol rovnaký ako v prípade zákonom predpokladanej situácie, čiže zaradenia reklamného resp. telenákupného prerušenia. Žalobca podľa názoru sťažovateľa bol uzrozumený s tým, že športové podujatie nemôže podľa § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. prerušiť, napriek tomu tak urobil, hoci inými inštitútmi ako predpokladá zákon.

Zákonodarca podľa sťažovateľa pravdepodobne nepočítal so zaradením sponzorského odkazu alebo reklamného jinglu počas športového podujatia, nakoľko označenie sponzora má byť v prvom rade odvysielané na začiatku a na konci programu a reklamný jingel sa používa iba na oddelenie reklamy od ostatného vysielania, pričom samotnú reklamu môže vysielateľ zaradiť iba medzi jednotlivými časťami podujatia, prípadne počas na to vyhradených reklamných prestávok. Rovnako by teda mal byť zaradený aj reklamný jingel, ktorý reklamu oddeľuje od ostatného vysielania.

16. Z uvedených dôvodov sťažovateľ zastal názor, že použitie analógie v danom prípade bolo opodstatnené a nedošlo k obmedzeniu práv vysielateľa. Rozsudok správneho súdu navrhol zrušiť a vec mu vrátiť na ďalšie konanie.

IV. Vybrané ustanovenia relevantných právnych predpisov

Podľa § 16 ods. 3 písm. b/ zákona č. 308/2000 Z. z. vysielateľ je povinný zabezpečiť objektivnosť a nestrannosť spravodajských programov a politicko-publicistických programov; názory a hodnotiace komentáre musia byť oddelené od informácií spravodajského charakteru.

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

Podľa čl. 26 ods. 1 Ústavy SR sloboda prejavu a právo na informácie sú zaručené.

Podľa čl. 26 ods. 2 veta prvá Ústavy SR každý má právo vyjadrovať svoje názory slovom, písmom, tlačou, obrazom alebo iným spôsobom, ako aj slobodne vyhľadávať a prijímať a rozširovať idey a informácie bez ohľadu na hranice štátu.

Podľa § 31a ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. 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

a) je poskytovaná ako súčasť programu alebo program sprevádza za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo

b) je programovou službou určenou výhradne na reklamu a telenákup alebo programovou službou určenou výhradne na vlastnú propagáciu.

Podľa ods. 2 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 <<https://www.slov-lex.sk/pravne-predpisy/SK/ZZ/2000/308/20090401.html?ucinost=31.08.2019>>.

Podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. 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 objednávateľom reklamy alebo vysielateľom.

Podľa ods. 2 telenákup na účely tohto zákona je priama ponuka vysielaná verejnosti s cieľom poskytnúť tovar alebo služby vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov za odplatu. Telenákup môže mať formu

a) telenákupného šotu,

b) telenákupného pásma v trvaní aspoň 15 minút.

Podľa ods. 3 šot na účely tohto zákona je krátke reklamné alebo telenákupné oznámenie zaradené do reklamného bloku alebo do telenákupného pásma.

Podľa § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. reklama a telenákup sa zaraďujú do vysielania medzi jednotlivé programy.

Podľa ods. 2 v programoch zložených zo samostatných častí alebo pri prenose športových a podobne štruktúrovaných podujatí a predstavení s prestávkami sa reklamné šoty a telenákupné šoty zaraďujú iba medzi jednotlivé časti alebo počas prestávok.

Podľa § 38 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z. z. 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 poskytuje.

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.

Podľa ods. 2 ak je program alebo séria programov čiastočne alebo ako celok sponzorovaný, musí byť vysielateľom a poskytovateľom audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie zreteľne označený názvom, ak ide o právnickú osobu, obchodným menom alebo menom a priezviskom, ak ide o fyzickú osobu, ktorá plnenie poskytla, na začiatku programu a na konci programu. Vysielateľ a poskytovateľ audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie môže na začiatku programu a na konci programu namiesto označenia podľa prvej vety označiť sponzorovaný program alebo sériu programov logom sponzora alebo odkazom na výrobok alebo službu sponzora.

Podľa § 67 ods. 5 písm. a/ zákona č. 308/2000 Z. z. Rada uloží pokutu vysielateľovi televíznej programovej služby okrem vysielateľa prostredníctvom internetu od 3.319 eur do 165.969 eur a vysielateľovi rozhlasovej programovej služby od 497 eur do 49.790 eur, ak porušil podmienky na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie vrátane reklamy a telenákupu.

V. Právne závery kasačného súdu

17. Najvyšší správny súd Slovenskej republiky, na ktorý prešiel výkon súdnictva aj vo veciach kasačných sťažností, v ktorých bol do 31.07.2021 príslušný Najvyšší súd Slovenskej republiky (§ 101e ods. 2 zákona č. 757/2004 Z. z. o súdoch a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov v spojení s § 11 písm. h/ S.s.p.), ako súd kasačný (ďalej len „kasačný súd“) preskúmal rozsudok správneho súdu v medziach sťažnostných bodov (§ 438 ods. 2, § 445 ods. 1 písm. c/, ods. 2 S.s.p.), pričom po zistení, že kasačná sťažnosť bola podaná oprávnenou osobou v zákonnej lehote (§ 442 ods. 1, § 443 ods. 2 písm. a/ S.s.p.) a že ide o rozhodnutie, proti ktorému je kasačná sťažnosť prípustná (§ 439 ods. 1 S.s.p.), vo veci v zmysle § 445 S.s.p. nenariadil pojednávanie a po neverejnej porade senátu jednomyselne dospel k záveru, že kasačná sťažnosť nie je dôvodná a preto ju podľa § 461 S.s.p. zamietol.

18. S ohľadom na vymedzenie sťažnostných bodov pripadlo kasačnému súdu posúdiť, či je správny právny záver krajského súdu, že zaraďovanie sponzorských odkazov a reklamných jinglov počas prenosu športových podujatí nie je v zákone č. 308/2000 Z. z. upravené a nie je postihnutelné sankciou, alebo či obstoja právny názor sťažovateľa, že analogické použitie ustanovenia § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. zakazujúceho zaraďovanie reklamných a telenákupných šotov počas priameho prenosu športového podujatia (teda mimo prirodzených predelov medzi jeho jednotlivé časti alebo prestávky) i na sponzorské odkazy či na iné formy mediálnej komerčnej komunikácie, je v súlade so zásadou zákonnosti.

19. Kasačný súd samozrejme rozumie účelu uvedeného zákonného ustanovenia, ktoré smeruje k zabezpečeniu uceleného prenosu športového podujatia, bez prerušovania reklamnými alebo telenákupnými šotmi, ktoré je z tohto dôvodu možné zaraďovať len medzi jeho jednotlivé časti alebo počas prestávok. Je celkom pochopiteľné, že pokiaľ je do vysielania športového podujatia zaradený reklamný či telenákupný obsah, môže byť divák ukrátený o časť prenosu, ak je so zaradením takejto mediálnej komerčnej komunikácie spojené prerušenie plynulosti vysielania. K zamedzeniu narušovania integrity programu nepochybne smeruje i čl. 20 ods. 1 smernice 2010/13/EÚ o audiovizuálnych mediálnych službách, na ktorú sťažovateľ poukázal vo vyjadrení k správnej žalobe.

20. Zákon č. 308/2000 Z. z. charakterizuje mediálnu a komerčnú komunikáciu na účely jeho právnej úpravy ako zvukovú, obrazovú alebo zvukovoobrazovú informáciu, 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 alebo je programovou službou určenou výhradne na reklamu a telenákup alebo programovou službou určenou výhradne na vlastnú propagáciu. Zahŕňa najmä reklamu, telenákup, sponzorovanie, umiestňovanie produktov a ďalšie formy (§ 31a ods. 1, 2). Ôsma časť zákona definuje jednotlivé spôsoby mediálnej komerčnej komunikácie, určuje ich pravidlá, formy a obmedzenia pri ich zaraďovaní do vysielania. Jedným z pravidiel, ktoré platí špecificky pre zaraďovanie reklamy a telenákupu do vysielania, je pravidlo

stanovené v § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., podľa ktorého v programoch zložených zo samostatných častí alebo pri prenose športových a podobne štruktúrovaných podujatí a predstavení s prestávkami, sa reklamné šoty a telenákupné šoty zaraďujú iba medzi jednotlivé časti alebo počas prestávok. Takéto pravidlo v právnej úprave sponzorovania (§ 38, § 39 zákona č. 308/2000 Z. z.) stanovené nie je. K otázke zaraďovania sponzorského odkazu do vysielania zákon len ustanovuje, že sa v sponzorovanom programe uvedie na začiatku programu a na konci programu.

21. Sťažovateľ v skutkovej vete preskúmaného rozhodnutia videl porušenie povinnosti stanovenej v § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z. v tom, že žalobca počas priameho prenosu športového podujatia odvysielal sponzorský odkaz označujúci za sponzora programu stávkovú kanceláriu Fortuna. V konaní pred správnym súdom i pred kasačným súdom sťažovateľ tvrdí, že zákaz zaraďovania reklamných a telenákupných šotov sa analogicky vzťahuje i na sponzorské odkazy, a to s ohľadom na vyššie spomenutý účel aplikovanej právnej úpravy, ktorým je neprerušovanie vysielania športového programu. Sťažovateľ pritom odkazuje na svoje skoršie rozhodnutia o uložení sankcií vydané v období rokov 2002 až 2014 za porušenie rovnakej povinnosti. Kasačný súd však upozorňuje na to, že všetky tieto rozhodnutia sankcionujú žalobcu za zaradenie „reklamného šotu“, „reklamného bloku“, prípadne „reklamy“, ktoré zasiahli aj do vysielania športového podujatia. V žiadnom z týchto rozhodnutí nebola uložená pokuta za zaradenie sponzorského odkazu.

22. Kasačný súd je toho názoru, že správny súd opodstatnene a v súlade s ustálenou judikatúrou Ústavného i Najvyššieho súdu Slovenskej republiky vychádzal z nutnosti primeranej aplikácie trestnoprávných zásad i na oblasť správneho trestania a svoj záver oprel o článok 49 Ústavy SR a článok 7 ods. 1 Dohovoru, ktoré zakotvujú zásadu zákonnosti v súdnom i správnom trestaní, v zmysle ktorej môže len zákon určiť, čo je trestný čin, priestupok alebo správny delikt a stanoviť zaň trest. Kasačný súd sa stotožňuje s názorom správneho súdu v tom, že adresát právnej normy (fyzická alebo právnická osoba) musí mať možnosť z jej znenia zistiť, za aké konanie vo sfére verejného práva môže byť potrestaný. Prirodzeným a judikatúrou potvrdeným dôsledkom uplatnenia zásady zákonnosti v správnom trestaní je, že analógia v hmotnom práve v neprospech páchatel'a vylúčená (porovnaj nálezy Ústavného súdu SR vo veci sp. zn. II. ÚS 476/2016, Plz. ÚS 3/2014). To v okolnostiach daného prípadu okrem iného znamená, že právna istota v oblasti správneho trestania fyzických osôb a právnických osôb za porušenie zákonných povinností v oblasti verejného práva musí mať prednosť pred verejným záujmom na zabezpečení ničím nerušeného sledovania športových a podobných podujatí pre diváka audiovizuálnych programov.

23. S ohľadom na uvedené východiská možno konštatovať, že pokiaľ zákon neukladá vysielateľovi zaraďovať sponzorské odkazy len počas prestávok alebo medzi jednotlivé časti prenosu športového podujatia, nemožno za takéto konanie vyvodit' voči žalobcovi deliktuálnu zodpovednosť použitím analogickej aplikácie ustanovenia § 35 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z. z., ktoré upravuje zaraďovanie reklamných alebo telenákupných šotov. Platí, že ak sťažovateľ v konaní o správnom delikte kvalifikuje odvysielaný komerčný komunikát ako sponzorský odkaz, potom preň platia pravidlá a následky ich porušení stanovené zákonom pre sponzorovanie, ak samotný zákon neustanovuje inak. Kasačný súd pripomína, že pre sponzorované programy zákonodarca stanovil len pravidlo o uvedení sponzora na začiatku a na konci programu.

24. Kasačný súd vo všeobecnej rovine rozumie nutnosti používania metódy dotvárania zákona formou analógie v prípadoch, ktoré vstupujú do právno-aplikačnej praxe sťažovateľa a nie sú neupravené v žiadnom z ustanovení aplikovaného zákona. Použitie tejto metódy vyplnenia medzery v zákone je však neprípustné pri vyvodzovaní deliktuálnej zodpovednosti za skutok, ktorý zákon za správny delikt výslovne neoznačuje. Jednoducho pokiaľ niet povinnosti explicitne uloženej zákonom, ktorú by žalobca porušil zaradením sponzorského odkazu počas priameho prenosu športového podujatia, nemožno hovoriť o spáchaní správneho deliktu. Na tom nič nemení skutočnosť, že v konečnom dôsledku je i sponzorský odkaz formou mediálnej komerčnej komunikácie, ktorým nepochybne bolo zasiahnuté do integrity vysielania predmetného športového podujatia.

25. Uvedené v okolnostiach daného prípadu znamená, že sťažovateľ uložil žalobcovi pokutu podľa § 67 ods. 5 písm. a/ zákona č. 308/2000 Z. z. za porušenie takej podmienky na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie, ktorú zákon neupravil. Sťažovateľ týmto postupom prakticky vytvoril novú skutkovú podstatu správneho deliktu a žalobcu sankcionoval za konanie, ktoré podľa aplikovaných ustanovení zákona postihnutelné nie je.

26. Pri hodnotení právnych záverov správneho súdu sa kasačný súd samozrejme oboznámil i so záznamom odvysielaného programu a v tejto súvislosti si neodpustí poznámku, že o „osude“ uloženia sankcie za zaradenie predmetného komerčného komunikátu do vysielania športového podujatia rozhodol predovšetkým sám sťažovateľ tým, že ho kvalifikoval ako sponzorský odkaz a nie ako reklamu služieb sponzora.

27. O trovách kasačného konania rozhodol kasačný súd podľa § 467 ods. 1 v spojení s § 167 ods. 1 S.s.p. (a contrario) a vzhľadom na neúspech sťažovateľa v kasačnom konaní nepriznal mu právo na náhradu trov vynaložených v tomto konaní; zároveň kasačný súd nevidel dôvod na postup podľa § 168 S.s.p.

28. Tento rozsudok bol prijatý pomerom hlasov 3 : 0.

Poučenie :

Proti tomuto rozhodnutiu opravný prostriedok n i e j e prípustný.