

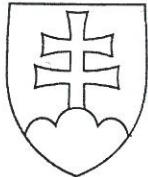
Najvyšší súd  
Slovenskej republiky

Rada pre vysielanie a retransmisiu Dobrovičova 8, P.O.Box 155, 810 00 Bratislava 1	
14 -09- 2012	
Pedateľ číslo: 6573	Číslo spisu:
Výhľadovky:	Vybavuje:

Rada pre vysielanie a retransmisiu  
Dobrovičova 8, P.O.Box 155,  
810 00 Bratislava 1

24 -10- 2012

Pedateľ číslo: 5342	Číslo spisu:
Výhľadovky:	Vybavuje:



A ŠA/ 3 SŽ/6/2012  
Václav  
Rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť  
dňa 17. 09. 2012

a vykonateľnosť dňa 10. 10. 2012  
Najvyšší súd Slovenskej republiky

## ROZSUDOK

dňa 22. 10. 2012 /J/

# V MENE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Najvyšší súd Slovenskej republiky v senáte zloženom z predsedníčky senátu JUDr. Jany Zemkovej PhD. a zo súdcov JUDr. Ivana Rumanu a JUDr. Gabriely Gerdovej v právej veci navrhovateľky: **MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o.**, so sídlom Bratislavská 1/a, Bratislava, právne zastúpená: spoločnosťou **ADVOKÁT ZLÁMALOVÁ ZUZANA, s.r.o.**, Trnavská 11, Bratislava, proti odporkyni: **Rada pre vysielanie a retransmisiu**, so sídlom Dobrovičova 8, Bratislava, v konaní o opravnom prostriedku navrhovateľky proti rozhodnutiu odporkyne č. RP/12/2012 zo dňa 21. februára 2012, jednomyselne

### rozhodol:

Najvyšší súd Slovenskej republiky rozhodnutie odporkyne č. RP/12/2012 zo dňa 21. februára 2012 **potvrdzuje**.

Navrhovateľke **ukladá zaplatiť** súdny poplatok v sume 66 € do 30 dní odo dňa právoplatnosti rozsudku na účet Najvyššieho súdu Slovenskej republiky vedený v Štátnej pokladnici, Bratislava.

Navrhovateľke náhradu trov konania **neprižnáva**.

### Odrodnenie

#### I.

Navrhovateľka sa včas podaným opravným prostriedkom, doručeným Najvyššiemu súdu Slovenskej republiky dňa 10.04.2012, domáhala postupom podľa ustanovení § 2501

a nasl. Občianskeho súdneho poriadku (ďalej len O.s.p.) preskúmania zákonnosti rozhodnutia odporkyne č. RP/12/2012 zo dňa 21.02.2012.

Odporkyňa (ďalej aj Rada), ako orgán príslušný podľa § 4 ods. 1 až 3 a § 5 ods. 1 písm. g/ zákona č. 308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z.z. o telekomunikáciách v znení účinnom ku dňu vydania napadnutého administratívneho rozhodnutia (ďalej len zákon č. 308/2000 Z.z.), rozhodnutím č. RP/12/2012 zo dňa 21.02.2012 (vydaným v správnom konaní č. 497-PLO/O-6501/2011) uložila navrhovateľke podľa § 64 ods. 1 písm. d/ zákona č. 308/2000 Z.z. sankciu – pokutu určenú podľa § 67 ods. 5 písm. a/ zákona č. 308/2000 Z.z. vo výške 3.319 € za porušenie povinnosti uvedenej v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. tým, že na televíznej programovej službe TV Markíza dňa 21.09.2011 v čase 18:00 hod. – 19:00 hod. odvysielala reklamné šoty – reklamný blok v čase od cca 18:06:00 do cca 18:11:55 v dĺžke 5 minút a 55 sekúnd, reklamný blok v čase od 18:36:00 – 18:42:05 v dĺžke 6 minút a 5 sekúnd a o cca 18:12 hod. reklamu na predstavenie *Ôsmy svetadiel* v dĺžke 20 sekúnd – v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 20 sekúnd.

V odôvodnení rozhodnutia odporkyňa uviedla, že podľa § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. vysielací čas vyhradený reklamným šotom v jednej celej hodine nesmie presiahnuť 20% (12 min). Ako vyplýva z predmetného záznamu vysielania, ako aj z prepisu/popisu skutkového stavu, v tomto časovom úseku boli odvysielané dva reklamné bloky v trvaní cca 6 minút a 5 sekúnd a cca 5 minút a 55 sekúnd. Reklamné šoty odvysielané v týchto blokoch boli v zmysle § 34 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. riadne oddelené, pričom zo samotného záznamu vysielania je zrejmé, že tieto šoty naplnili definíciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. Uvedené potvrdila aj navrhovateľka. Navrhovateľka však v rámci predmetnej hodiny tiež odvysielala komunikát informujúci o muzikáli *Ôsmy svetadiel* v trvaní cca 20 sekúnd. Vzhľadom na predmet správneho konania teda bolo nevyhnutné analyzovať, či je alebo nie je daný komunikát reklamou podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z.

Odporkyňa uviedla, že je zrejmé, že daný komunikát informoval o novom muzikáli *Ôsmy svetadiel*, spracovanie komunikátu však nie je možné označiť za výlučne informačné. Použitie emotívnych pozitívnych hodnotení („Muzikál, na ktorý sa čakalo, je tu ... Ôsmy svetadiel. Muzikál na najväčšie hity našej najlegendárnejšej skupiny.“ spolu s vizuálnymi odkazmi „PLNÝ ZÁBAVY... ...A EMÓCIE....nápis: MUZIKÁL (nad nápisom hviezdičky), v strede: ÔSMY SVETADIEL a v spodnej časti nápis olemovaný čiarami: HITY NAŠEJ NAJLEGENDÁRNEJŠEJ SKUPINY.“) jednoznačne poukazuje na snahu o informovanie recipienta takým spôsobom, ktorý vzbudí jeho záujem a navnadí ho na návštenu tohto muzikálu. Predmetný muzikál bol teda týmto komunikátom jednoznačne propagovaný s cieľom zvýšiť jeho návštevnosť.

Dôležitý je spôsob prezentovania týchto informácií. V prípade, ak sú informácie spracované výlučne za účelom propagácie určitého tovaru alebo služby, nie je možné hovoriť

o programe v zmysle § 3 písm. i/ zákona č. 308/2000 Z.z. Predmetný komunikát sprostredkoval recipientovi určité informácie o danom podujatí (o jeho tvorcoch, mieste a čase konania), ale tieto informácie boli divákovi prezentované (v spojitosti s ostatnými vyjadreniami a v kontexte celkového spôsobu spracovania komunikátu) za účelom propagácie tohto podujatia. Skutočnosť, že komunikát plní aj propagačnú funkciu nie je a priori prekážkou, aby naplnil definíciu oznamenia vo verejnom záujme. Nevyhnutným definičným znakom je však, aby bol daný komunikát „zameraný na šírenie osvety“ napr. v oblasti kultúrneho dedičstva. Pojem „šírenie osvety“ nie je v zákone č. 308/2000 Z.z. vymedzený. Aplikujúci správny orgán má teda výlučnú právomoc definovať tento tzv. „neurčitý pojem“ v rámci správnej úvahy. Po zvážení všetkých skutočností dospela Rada k záveru, že v prípade, ak má komunikát naplniť definíciu oznamu vo verejnom záujme, musí byť spracovaný takým spôsobom, že informačná zložka zjavne prevažuje nad propagačnou. Z obsahu komunikátu je zrejmé, že zvolené výrazové prostriedky namiesto obmedzovania propagačného pôsobenia komunikátu, jeho propagačný charakter zvýrazňovali. Takýto komunikát nie je v žiadnom prípade možné označiť za komunikát, ktorého zámerom je šíriť osvetu v oblasti kultúrneho dedičstva.

Fakt, že Rada skonštatovala, že takto spracovaný komunikát nie je oznamom vo verejnom záujme však v žiadnom prípade neznamená, že účastník konania nemá legálne možnosti, ktorými by mohol dobrovoľne a bezplatne propagovať umenie a kultúru. Účastník konania má jednoduchú možnosť spracovať komunikát takým spôsobom, aby v ňom jednoznačne prevažovala zložka informačná a bolo ho teda možné považovať za komunikát, ktorý šíri osvetu napr. v oblasti kultúrneho dedičstva.

Vzhľadom na všetky uvedené skutočnosti však Rada skonštatovala, že tento komunikát je reklamou podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. a v zmysle § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. je potrebné započítať ho do celkového vysielacieho času vyhradeného reklame a telenákupu v jednej hodine.

Pri určovaní výšky sankcie odporkyňa vychádzala zo závažnosti správneho deliktu, rozsahu a dosahu vysielania, miery zavinenia, následkov porušenia povinnosti, trvania správneho deliktu, spôsobu porušenia povinnosti a pokutu určila vo výške 3.319 €.

## II.

Navrhovateľka vo svojom opravnom prostriedku poukázala na rozdiel medzi reklamou a vlastnou propagáciou. Prvá časť definície reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. je na rozlíšenie nepoužiteľná, až odplatnosť oznamenia je prvým rozlišovacím kritériom, druhým kritériom by mala byť samotná forma uskutočnenia verejného oznamenia. Pri rozlíšení medzi právom na informácie realizovaným budť vecným alebo reklamným informovaním je teda dôležitý spôsob podania týchto informácií a použitie, resp. nepoužitie reklamných techník pri celkovom spracovaní. Dňa 21.09.2011 v čase od 18:00:00 do 19:00:00 hodiny bol odvysielaný komunikát informujúci o muzikáli s názvom *Ósmy svetadiel*, ktorý

sa skladal z vizuálnej a verbálnej zložky, išlo o krátke ukážky z predmetného muzikálu, ktoré mali diváka upútať na toto slovenské dielo. Komunikát informačnou formou priniesol verbálne a vizuálne informácie o novom slovenskom muzikáli, jeho tvorcoch, ako aj informáciu o mieste jeho uvedenia, rovnako sa verbálnou formou v komunikáte objavila zmienka o časovom termíne jeho premiéry. Jediným subjektom, ktorý bol v komunikáte verbálne spomenutý bolo Divadlo Nová scéna. Navrhovateľka má za to, že ide o slovenskú kultúrnu ustanovizeň, ktorá bola zriadená Rozhodnutím Ministerstva kultúry Slovenskej republiky ako kultúrna a umelecko-profesionálna organizácia, ktorej hlavným predmetom činnosti je vytváranie podmienok na vznik a šírenie divadelných diel. Divadlo Nová scéna je štátnej príspevková organizácia, ktorá svoju činnosť zabezpečuje aj príjmami zo štátneho rozpočtu, jej zriaďovateľ Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky zároveň aj kontroluje jej činnosť a hospodárenie. Tento kultúrny subjekt nemôže byť považovaný za súkromný podnikateľský subjekt vo význame bežného komerčného alebo reklamného podnikateľského subjektu a rovnako teda ani nemôže byť sama inštitúcia alebo jej diela charakterizované ako bežné a tradične ponímané subjekty reklamy. Odvysielaním predmetného komunikátu išlo o verejný záujem a navrhovateľka ho považuje za vysielanie podpory štátnej inštitúcie vo verejnom záujme. V obsahu upútavky neprišlo k naplneniu žiadneho reklamného účelu v súlade so zákonom č. 308/2000 Z.z., neprišlo k naplneniu podstaty reklamy, vysielanie sa neuskutočnilo za žiadnu náhradu alebo protihodnotu akémukoľvek inému komerčnému subjektu.

Predmetný komunikát upútavajúci na verejné podujatie s názvom *Ósmy svetadiel* bol zároveň vyvrcholením vlastnej propagácie vysielateľa. Navrhovateľka ako vysielateľ programovej služby odvysielala v roku 2008 zábavnú show s názvom „Elán je Elán“. Išlo o výhernú súťaž mladých spevákov a speváčok, ktorí interpretovali výlučne piesne skupiny Elán. Súčasťou výhry bola aj slúbená účasť v muzikáli na motívy piesní skupiny Elán. Táto skutočnosť sa stala realitou práve v upútavanom muzikáli s názvom *Ósmy svetadiel*. V rámci vlastnej propagácie navrhovateľka informovala priebežne o realizácii tohto muzikálu v dôsledku svojej spolupráce na jeho tvorbe a to prostredníctvom svojich ďalších relácií. Záverom tejto propagácie vlastného vysielania bola propagácia verejného podujatia – muzikálu *Ósmy svetadiel*, kde jednou z alternácií v postave muzikálu bola výherkyňa súťaže s názvom „Elán je Elán“. Oprávnenosť týchto tvrdení podľa názoru navrhovateľky vychádza zo samotného textu odvysielaného komunikátu: „...muzikál, na ktorý sa čakalo..., ....konečne prichádza..., ...muzikál od Elánu...“ V danom prípade teda išlo práve o vlastnú propagáciu vysielateľa zameranú na služby spojené priamo s vysielaním.

Navrhovateľka uviedla, že ak má byť predmetný komunikát správnym orgánom označený ako reklama, musí správny orgán riadne preukázať, že preskúmaný komunikát kumulatívne naplnil všetky znaky reklamy tak, ako sú uvedené v § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. V rozhodnutí správneho orgánu musí byť uvedené, čo v obsahu predmetného komunikátu napĺňalo definíciu reklamy, z akých dôvodov to správny orgán považuje za napĺňajúce definíciu reklamy a akým spôsobom predmetný komunikát naplnil reklamný účel. Podľa názoru navrhovateľky, rozhodnutie č. RP/12/2012 zo dňa 21.02.2012

nedostatočne uchopilo právnu podstatu rozdielu medzi vlastnou propagáciou a reklamou, ako ju definuje zákon č. 308/2000 Z.z. a predmetným odvysielaným komunikátom zo dňa 21.09.2011 neprišlo ku kumulatívnemu naplneniu všetkých podmienok, ktoré pre naplnenie podstaty reklamy a reklamného plnenia ustanovuje zákon č. 308/2000 Z.z. v § 32 ods. 1. Pritom poukázala na rozsudky Najvyššieho súdu Slovenskej republiky (ďalej len najvyšší súd) sp.zn. 5SŽ/18/2010, 6SŽ/9/2009. Na záver namietla výšku uloženej sankcie, ktorú v dôsledku nedostatočnosti preukázania rozdielu medzi reklamou a vlastnou propagáciou považuje za neopodstatnenú a neodôvodnenú.

Z uvedených dôvodov žiadala navrhovateľka rozhodnutie odporkyne v celom rozsahu zrušiť a vrátiť jej vec na ďalšie konanie. Zároveň si uplatnila náhradu trov konania, ktoré vyčíslili dodatočne.

### III.

Odporkyňa vo svojom písomnom vyjadrení k opravnému prostriedku navrhla, aby Najvyšší súd Slovenskej republiky rozhodnutie odporkyne č. RP/12/2012 zo dňa 21.02.2012 potvrdil. V dôvodoch uviedla, že predmetný komunikát sice informoval o novom muzikáli *Ósmym svetadiel*, spracovanie komunikátu však nie je v žiadnom prípade možné označiť za výlučne informačné. Naopak, použitie emotívnych pozitívnych hodnotení jednoznačne poukazuje na snahu o informovanie recipienta takým spôsobom, ktorý vzbudí jeho záujem a „navnadí“ ho na návštenu tohto muzikálu. Predmetný muzikál bol teda týmto komunikátom jednoznačne propagovaný s cieľom zvýšiť jeho návštevnosť.

Divadlo Nová Scéna je naozaj štátnej príspevkovou organizáciou zriadenou Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky a jej hlavným predmetom činnosti je vytváranie podmienok na vznik a šírenie divadelných diel. Podľa článku 1. písm. a/ zriadovacej listiny divadla Nová scéna sa pod týmto okrem iného rozumie „*príprava a verejné predvádzanie dramatických, hudobno-dramatických a tanečných diel*“. Podľa tohto istého článku je súčasťou plnenia základného predmetu činnosti aktivity zamerané na rozvoj a skvalitňovanie poslania a základného predmetu činnosti a to najmä „*propagačná a reklamná činnosť a predaj vstupeniek...*“ Zároveň podľa článku II. divadlo Nová scéna zabezpečuje svoju činnosť vlastnými príjmami a príspevkom zo štátneho rozpočtu. Divadlo Nová scéna napriek svojmu nepopierateľnému špecifickému poslaniu má nepochybne výrazný záujem na komerčnom úspechu jeho predstavení. Predaj vstupeniek predstavuje hlavný zdroj vlastných príjmov tejto príspevkovej organizácie. Úspešná propagácia konkrétneho predstavenia zvýši jeho návštevnosť, a teda aj príjmy divadla, ktoré subjekt môže ďalej využívať na plnenie svojho hlavného predmetu činnosti - vytváranie podmienok na vznik a šírenie divadelných diel. Z tohto dôvodu sa odporkyňa nestotožnila s navrhovateľkou a naopak skonštatovala, že predstavenia divadla Nová Scéna môžu byť jednoznačne vnímané, ako „bežné a tradične ponímané subjekty reklamy“.

V prípade, ak má ísť o vysielanie vo verejnem záujme, musí byť takýto komunikát spracovaný takým spôsobom, že informačná zložka zjavne prevažuje nad propagačnou.

Primárnym účelom tohto komunikátu teda musí byť informovanie recipienta o určitých udalostiach alebo aktivitách v danej oblasti (napr. kultúrneho dedičstva) a táto skutočnosť musí byť zjavná aj z výrazových prostriedkov, ktoré sú v danom komunikáte použité. Hoci sa v niektorých prípadoch nemožno úplne vyhnúť propagačnému pôsobeniu komunikátu, ako napr. v prípadoch informovania o novom predstavení príp. novej kultúrnej inštitúcii, kde určitú mieru propagácie obsahuje už samotná podstata informácie, aj v takýchto prípadoch je nutné obmedziť túto propagačnú zložku na minimum. Spracovanie predmetného komunikátu bolo jednoznačne propagačné a jeho účelom bolo propagovať nové predstavenie na Novej scéne muzikál *Ósmy svetadiel*. Z obsahu komunikátu je zrejmé, že zvolené výrazové prostriedky namiesto obmedzovania propagačného pôsobenia komunikátu jeho propagačný charakter zvýrazňovali. Ak je z obsahu a spracovania komunikátu zjavný jeho propagačný účel, nie je možné takéto vysielanie považovať za vysielanie vo verejnem záujme. Odporkyňa sa tiež v napadnutom rozhodnutí (str. 8) podrobne vysporiadala s kritériom odplatnosti, pričom odporkyňa poukazuje na skutočnosť, že navrhovateľka vo svojom odvolaní sama uvádza, že je mediálnym partnerom tohto predstavenia. Podľa názoru odporkyne je teda zrejmé, že navrhovateľka na základe dohody o tomto mediálnom partnerstve za propagáciu muzikálu nepochybne prijala určitú protihodnotu (hoci možno nie finančnú).

Vlastná propagácia ako uvádza navrhovateľka „*je činnosť vysielaťa určená na získanie a udržanie pozornosti verejnosti na vlastné vysielanie, programy, tovary alebo služby, priamo spojené s vysielaním a programami*“. Je teda zrejmé, že pri posudzovaní, či určitý komunikát naplnil definíciu vlastnej propagácie bude rozhodujúci účel tohto komunikátu. Inými slovami, čo chcel vysielať odvysielaním daného komunikátu docieliť. Túto skutočnosť je však nevyhnutné analyzovať z pohľadu obsahu a spôsobu spracovania komunikátu a nie z pohľadu deklarovaného zámeru vysielaťa. Iba komunikát, ktorý je spôsobilý svojím obsahom a spôsobom spracovania získať a udržať pozornosť recipienta na vysielanie, program, tovary alebo služby priamo spojené s vysielaním alebo programami vysielaťa je možné považovať za vlastnú propagáciu. Vyjadrenia navrhovateľky o tom, že predmetný muzikál je „službou priamo spojenou s vysielaním navrhovateľky“ sú podľa názoru odporkyne minimálne polemické. Muzikál *Ósmy svetadiel* bol primárne prezentovaný ako muzikál Divadla Nová scéna režiséra Jána Ďurovčíka, pričom tento muzikál neboli nikde prezentovaný alebo propagovaný, ako vyvrcholenie resp. ukončenie programu navrhovateľky „Elán je Elán“. Je pravda, že v tomto muzikáli účinkovala víťazka tohto programu, ale ani na tento fakt nebolo pri prezentovaní resp. propagovaní tohto muzikálu nijak zvlášť poukazované. Jediným explicitným prepojením medzi daným muzikálom a navrhovateľkou bol fakt, že navrhovateľka bola skutočne mediálnym partnerom tohto muzikálu. Táto skutočnosť však podľa názoru odporkyne nemôže v žiadnom prípade automaticky znamenať, že propagácia takéhoto podujatia bude vlastnou propagáciou. Akceptovaním argumentácie navrhovateľky by sa umožnilo vytvoril systém, kde by bolo možné jednoduchým spôsobom propagovať akékoľvek projekty v zásade ľubovoľného kommerčného subjektu, a to bez započítania tejto propagácie do celkového vysielacieho času vyhradeného pre reklamu v hodine, jednoduchou dohodou o „mediálnom partnerstve“. Takýto postup by však bol podľa odporkyne jednoznačne v rozpore s účelom systému zákonných pravidiel upravujúcich

vysielanie reklamy v televíznej programovej službe, ako aj pravidel vyplývajúcich zo smernice o audiovizuálnych mediálnych službách. Rozhodujúcim faktom pre posúdenie, či je možné predmetný komunikát považovať za vlastnú propagáciu je jeho účel, ktorý je potrebné analyzovať z pohľadu diváka. Z obsahu komunikátu je však nespochybnielne, že jeho účelom v žiadnom prípade nemohlo byť „získanie a udržanie pozornosti verejnosti na vlastné vysielanie, programy, tovary alebo služby, priamo spojené s vysielaním a programami“. Z obsahu komunikátu totiž v žiadnom prípade nemohlo byť recipientovi zrejmé, že propagovaný muzikál priamo súvisí s vlastným programom navrhovateľky „Elán je Elán“.

Rozsudky Najvyššieho súdu Slovenskej republiky, na ktoré poukázala navrhovateľka boli odlišné od prejednávanej veci, nakoľko v nich išlo o propagáciu vlastného programu v rámci televíznych novín a skutočnosť, že tento program je vlastným programom vysielateľa nebola sporná. Sporným bolo posúdenie, aký má táto skutočnosť vplyv na naplnenie kritérií definície skrytej reklamy.

Odporkyňa v danej veci spoľahlivo zistila skutkový stav a dospela k záveru, že navrhovateľka porušila § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z., svoje závery riadne zdôvodnila a výška uloženej pokuty zodpovedá zákonnému minimu.

#### IV.

Najvyšší súd Slovenskej republiky (ďalej len najvyšší súd) ako súd vecne príslušný na preskúmanie zákonnosti rozhodnutia odporkyne na základe podaného opravného prostriedku preskúmal napadnuté rozhodnutie postupom podľa § 246 ods. 2 písm. a/ v spojení s § 250l ods. 1 O.s.p. a § 64 ods. 6 zákona č. 308/2000 Z.z. a na pojednávaní súdu dňa 11.09.2012 po preskúmaní dôvodov uvedených v opravnom prostriedku a po oboznámení sa s ústnymi vyjadreniami zástupcov účastníkov konania, ako aj s obsahom pripojeného administratívneho spisu č. 497-PLO/O-6501/2011, s obsahom rozhodnutia Rady č. RP/12/2012 zo dňa 21.02.2012, ako aj s obsahom obrazovo-zvukového záznamu dospel k záveru, že rozhodnutie odporkyne potvrdí (§ 250q ods. 2 O.s.p.).

Z podkladov súdneho spisu, vrátane administratívneho spisu odporkyne je zrejmé, že v prejednávanej veci skutkový stav sporný neboli. Navrhovateľka v správnom konaní ani v konaní pred súdom nepoprela odvysielanie reklamných šotov a komunikátu o muzikáli *Ôsmy svetadiel*, ani ich obsah a znenie.

Úlohou najvyššieho súdu v zmysle námetok navrhovateľky bolo posúdiť, či navrhovateľka odvysielaním tohto programu porušila zákonné ustanovenia špecifikované odporkyňou v rozhodnutí a či teda sankcia bola uložená v súlade so zákonom. Najvyšší súd Slovenskej republiky preskúmal, či napadnuté rozhodnutie odporkyne nevybočilo z medzi a hľadisk ustanovených zákonom, či jej závery zodpovedajú zásadám logického myslenia a či podklady pre takýto úsudok boli zistené úplne a riadnym procesným postupom.

Z obsahu spisového materiálu, ktorý bol predložený súdu vyplýva, že v tejto veci bolo začaté správne konanie oznamením o začatí správneho konania č. 497-PLO/O-6501/2011 zo dňa 08.11.2011, ktoré bolo doručené advokátke navrhovateľky dňa 21.11.2011. V administratívnom spise je pripojený obrazovo-zvukový záznam predmetného programu, vyjadrenie navrhovateľky k správnemu konaniu zo dňa 08.12.2011, ktoré bolo Rade doručené dňa 12.12.2011, zápisnica o hlasovaní Rady zo dňa 21.02.2012 a napadnuté rozhodnutie Rady.

V správnom súdnicte preskúmavajú súdy na základe žalôb alebo opravných prostriedkov zákonnosť rozhodnutí a postupov orgánov verejnej správy (§ 244 ods. 1 O.s.p.).

V prípadoch, v ktorých zákon zveruje súdom rozhodovanie o opravných prostriedkoch proti neprávoplatným rozhodnutiam správnych orgánov, postupuje súd podľa tretej hlavy piatej časti O.s.p. (§ 250l ods. 1 O.s.p.). Súd môže vykonať dôkazy nevyhnutné na preskúmanie napadnutého rozhodnutia (§ 250q ods. 1 O.s.p.).

Podľa § 250l ods. 2 O.s.p. pokial' v tejto hlate nie je ustanovené inak, použije sa primerane ustanovenie druhej hlavy s výnimkou § 250a.

Úlohou senátu najvyššieho súdu v posudzovanej veci bolo postupom podľa ustanovení tretej hlavy piatej časti Občianskeho súdneho poriadku preskúmať zákonnosť postupu a napadnutého rozhodnutia odporyne, ktorým rozhodla, že navrhovateľka porušila povinnosť ustanovenú v § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. tým, že dňa 21.09.2011 v čase 18:00 hod. – 19:00 hod. odvysielala reklamné šoty v celkovom časovom rozsahu 12 minút a 20 sekúnd, čím bol prekročený vysielací čas vyhradený reklamným šotom v jednej celej hodine (12 minút), za čo jej odporkyňa uložila pokutu podľa ustanovenia § 64 ods. 1 písm. d/ zákona č. 308/2000 Z.z. v spojení s § 67 ods. 5 písm. a/ zákona č. 308/2000 Z.z. vo výške 3.319 €.

**Podľa § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. vysielací čas vyhradený reklamným šotom a telenákupným šotom počas jednej celej hodiny nesmie presiahnuť 20% (12 min).** Vysielací čas vyhradený reklame v čase od 19.00 h do 22.00 h nesmie presiahnuť u vysielateľa na základe zákona osem minút počas jednej celej hodiny.

Podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. reklama na účely tohto zákona je akékoľvek verejné oznamenie 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 § 37a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z.z. oznam vo verejnem záujme na účely tohto zákona je krátky oznam nepolitického subjektu zameraný na šírenie osvety, najmä v oblasti zvyšovania právneho vedomia, bezpečnosti na cestách alebo ochrany spotrebiteľa, zdravia, prírody, životného prostredia, či kultúrneho dedičstva.

Podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. vlastná propagácia na účely tohto zákona je činnosť vysielateľa určená na získanie a udržanie pozornosti verejnosti na vlastné vysielanie, programy, tovary alebo služby, priamo spojené s vysielaním a programami; za vlastnú propagáciu sa nepovažuje oznamenie vysielateľa, ktorým informuje verejnosť o vlastnom programe.

Podľa § 64 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. za porušenie povinnosti uloženej týmto zákonom alebo osobitnými predpismi Rada ukladá tieto sankcie:

- a) upozornenie na porušenie zákona,
- b) odvysielanie oznamu o porušení zákona,
- c) pozastavenie vysielania alebo poskytovania programu alebo jeho časti,
- d) pokutu,
- e) odňatie licencie za závažné porušenie povinnosti.

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 € do 165.969 € a vysielateľovi rozhlasovej programovej služby od 497 € do 49.790 €, ak porušil podmienky na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie vrátane reklamy a telenáku.

Podľa § 71 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. na konanie podľa tohto zákona sa vzťahuje všeobecný predpis o správnom konaní okrem ustanovení § 23 v časti nesprístupnenia zápisníc o hlasovaní a § 49, 53, 54, 56 až 68 zákona o správnom konaní.

Podľa čl. I Rozhodnutia Ministerstva kultúry Slovenskej republiky o vydaní Zriaďovacej listiny Divadla Nová scéna č. MK – 842/1999-1 zo dňa 23.03.1999 (ďalej len Zriaďovacia listina) Divadlo Nová scéna je kultúrna a umelecko-profesionálna ustanovizeň, ktorej hlavným predmetom činnosti je vytváranie podmienok na vznik a šírenie divadelných diel. Divadlo Nová scéna pripravuje a verejne predvádzza dramatické, hudobno-dramatické a tanečné diela.

Súčasťou plnenia základného predmetu činnosti sú najmä aktivity zamerané na rozvoj a skvalitňovanie poslania a základného predmetu činnosti, a to najmä:

- a) propagačná a reklamná činnosť a predaj vstupeniek,
- b) prenajímanie technických zariadení, dopravných prostriedkov, prípadne iného majetku, ktorý má vo svojej správe a zapožičiavanie divadelných výprav, hudobných materiálov, nástrojov, kostýmov a pod.,
- c) prevádzkovanie a prenajímanie vlastných bufetových a stravovacích zariadení v jeho správe.

Podľa čl. II bod 1 Zriaďovacej listiny Divadlo Nová scéna je štátna príspevková organizácia, ktorá svoju činnosťou zabezpečuje vlastnými príjmami a príspevkom zo štátneho rozpočtu.

Na právne posúdenie toho, aký má predmetný odvysielaný komunikát *Ósmy svetadiel* charakter z hľadiska zákona č. 308/2000 Z.z. je rozhodujúce jeho spracovanie, ktoré bolo odvysielané a rovnako skutočnosť, či v predmetnom komunikáte prevládala propagačná alebo informačná zložka.

Na to, *aby bolo možné daný komunikát považovať za vysielanie vo verejnom záujme, musí byť jeho spracovanie v súlade s § 37a ods. 4 zákona č. 308/2000 Z.z., zamerané na šírenie osvety, teda primárnym účelom má byť informovanie diváka o určitých udalostiach alebo aktivitách s dôrazom na kultúrno-vzdelávací charakter oznamu.* Propagačná zložka odvysielaného komunikátu, aby mohol byť považovaný za vysielanie vo verejnom záujme, by mala byť obmedzená na minimum. Tvrdenie navrhovateľky o tom, že odvysielaním predmetného komunikátu išlo o vysielanie vo verejnom záujme a o podporu štátnej organizácie vo verejnom záujme, musí byť podľa názoru senátu najvyššieho súdu preukázané samotným spracovaním komunikátu, čo však v tomto prípade absentovalo. Preto predmetný komunikát nebolo možné, ako správne Rada konštatovala v napadnutom rozhodnutí, z hľadiska jeho obsahu, považovať za oznam odvysielaný vo verejnom záujme, keďže jeho obsah netvoril kultúrno-informačný oznam vzťahujúci sa na oblast' týkajúcu sa kultúrneho dedičstva, práve naopak išlo o reklamu propagujúcu muzikálové predstavenie.

Zo zriadenovej listiny vyplýva, že Divadlo Nová scéna je štátou príspevkovou organizáciou zriadenou Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky. Medzi jeho základné činnosti patrí príprava a verejné predvádzanie dramatických, hudobno-dramatických a tanečných diel. Svoju činnosť si zabezpečuje okrem príspevkov zo štátneho rozpočtu aj vlastnými príjmami a súčasťou plnenia základného predmetu činnosti je aj propagačná a reklamná činnosť a predaj vstupeniek. Napriek tomu, že Divadlo Nová scéna je štátou príspevkovou organizáciou, svoju činnosť si zabezpečuje aj vlastnými príjmami, medzi ktoré patria aj príjmy z predaja vstupeniek, preto nemožno podporu Divadla Nová scéna chápať výlučne ako podporu štátnej inštitúcie vo verejnom záujme, ale aj ako bežný subjekt reklamy, ktorý si zvýšením návštevnosti svojich predstavení zabezpečuje finančné prostriedky na svoju činnosť aj predajom vstupeniek.

K námetke navrhovateľky týkajúcej sa toho, že komunikát upútavajúci divákov na muzikál *Ósmy svetadiel* bol zároveň vyvrcholením vlastnej propagácie navrhovateľky, senát najvyššieho súdu uvádza, že zo spracovania uvedeného komunikátu, ktorý bol odvysielaný dňa 21.09.2011 nie je zrejmé, že muzikál *Ósmy svetadiel* akýmkoľvek spôsobom súvisí so zábavnou súťažou „Elán je Elán“ a že práve v tomto muzikáli účinkuje výherkyňa súťaže „Elán je Elán“. Ako už bolo zmienené aj v tomto prípade je rozhodujúce konečné spracovanie komunikátu, aby bolo možné posúdiť, či ide o vlastnú propagáciu. Nepostačuje iba deklarovaný zámer vysielať. Komunikát, ktorý má byť považovaný za vlastnú propagáciu, svojím spracovaním musí z pohľadu diváka napĺňať znaky uvedené v ustanovení § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. V predmetnom komunikáte odvysielanom dňa 21.09.2011 nebola spomenutá zábavná súťaž „Elán je Elán“, ktorá bola navrhovateľkou odvysielaná v roku 2008, taktiež v ňom nebola spomenutá ani víťazka uvedenej zábavnej

súťaže, ktorej účinkovanie v muzikáli *Ósmy svetadiel* malo byť súčasťou výhry v súťaži „Elán je Elán“. Slovné spojenia: „...Muzikál, na ktorý sa čakalo..., ...konečne prichádza..., ...muzikál od Elánu...“ sú príliš všeobecné a zo spracovania predmetného komunikátu neboli zrejmý súvis medzi súťažou „Elán je Elán“ a muzikálom *Ósmy svetadiel*. Naviac je možné konštatovať, že v tomto prípade absentuje časová súvislost medzi činnosťou navrhovateľky ako vysielateľa programu „Elán je Elán“, ktorý bol vysielaný ešte v roku 2008 a posudzovaným komunikátom odvysielaným dňa 21.09.2011, teda takmer po troch rokoch. Absencia časovej súvislosti, okrem už uvedeného, bráni v tomto prípade záveru, aby mohol byť predmetný komunikát posúdený ako vlastná propagácia navrhovateľky podľa § 37a ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z.

Senát najvyššieho súdu sa stotožnil so záverom odporkyne, že predmetný komunikát napĺňa právnu kvalifikáciu reklamy podľa § 32 ods. 1 zákona č. 308/2000 Z.z. a bolo ho nutné započítať medzi reklamné šoty odvysielané dňa 21.09.2011 v čase od 18:00 hod. do 19:00 hod. na televíznej programovej službe TV Markíza. Reklamné šoty boli v tomto čase odvysielané v trvaní 12 minút 20 sekúnd, čím navrhovateľka porušila ustanovenie § 36 ods. 2 zákona č. 308/2000 Z.z. Za odvysielanie reklamy môže byť poskytnutá nielen finančná odmena, ale aj iná podobná protihodnota. Takáto protihodnota môže mať rôzne formy, dohodu o mediálnom partnerstve nevynímajúc.

Rozsudky najvyššieho súdu, na ktoré v opravnom prostriedku poukazuje navrhovateľka (5Sž/18/2010, 6Sž/9/2009) posudzovali odlišnú skutkovú situáciu, kde nebolo sporné, že odvysielaný komunikát informoval o vlastnom programe vysielateľa, z tohto dôvodu sa nimi senát v tomto prípade nezaoberal.

Odporkyňa ako príslušný správny orgán v dostatočnej miere zistila skutkový stav veci, na ktorý správne aplikovala relevantné ustanovenie zákona. Rozhodnutie má všetky náležitosti ustanovené v § 47 zákona č. 71/1967 Zb., nevykazuje formálne ani logické nedostatky, je riadne odôvodnené a vychádza zo skutkového stavu zisteného v zmysle ustanovení zákona č. 71/1967 Zb. Uložená sankcia-pokuta bola v rozhodnutí odporkyne zdôvodnená zákonným spôsobom.

Kedžže v rozsahu navrhovateľkou vymedzených dôvodov nebolo zistené pochybenie pri aplikovaní relevantných zákonnych ustanovení, najvyšší súd s poukazom na vyššie uvedené, napadnuté rozhodnutie Rady č. RP/12/2012 zo dňa 21.02.2012 podľa § 250q ods. 2 O.s.p. ako zákonné potvrdil.

O uložení povinnosti navrhovateľke zaplatiť súdny poplatok vo výške 66 € rozhodol najvyšší súd podľa § 2 ods. 4 veta druhá a § 5 ods. 1 písm. a/ zákona č. 71/1992 Zb. o súdnych poplatkoch a poplatku za výpis z registra trestov v znení neskorších predpisov a položky č. 10 písm. c/ Sadzobníka súdnych poplatkov ako prílohy k uvedenému zákonom. Účet súdu je v Štátnej pokladnici vedený pod č. 700 006 1219/8180.

O náhrade trov konania najvyšší súd rozhodol podľa § 250k ods. 1 O.s.p. v spojení s § 250l ods. 2 O.s.p. tak, že navrhovateľke náhradu trov konania nepriznal, keďže v konaní nemala úspech.

Toto rozhodnutie prijal senát Najvyššieho súdu Slovenskej republiky pomerom hlasov 3:0 (§ 3 ods. 9 zákona č. 757/2004 Z.z. o súdoch v znení účinnom od 01.05.2011).

**P o u č e n i e :** Proti tomuto rozsudku opravný prostriedok **nie je** prípustný.

V Bratislave dňa 11. septembra 2012



JUDr. Jana ZEMKOVÁ PhD.  
predsedníčka senátu

Za správnosť vyhotovenia: *E. Čičková*.  
Emilia Čičková