



**ČESKÁ REPUBLIKA**

**ROZSUDEK**

**JMÉNEM REPUBLIKY**

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Karly Cháberové a soudců JUDr. Naděždy Treschlové a JUDr. Blanky Bendové, v právní věci žalobce: **FTV Premiéra**, spol. s r.o. se sídlem Na Žertvách 24/132, 18000 Praha 8, zastoupena: JUDr. Pavlem Fráňou, advokátem, se sídlem Sokolovská 49/5, 186 00 Praha 8, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, Praha 10, Krátká 10, zastoupena: JUDr. Simonou Macáškovou, advokátkou, se sídlem Zenklova č. 39, 180 00 Praha 8 o žalobě proti rozhodnutí žalované ze dne 10.7.2001 č.j. Rpo/86/00/1918,

**t a k t o :**

Žaloba se zamítá.

Návrh na přiznání odkladného účinku žaloby se zamítá.

Žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.

**O d ů v o d n ě n í :**

Shora uvedeným rozhodnutím uložila žalovaná podle § 8 odst. 1 zák. č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění zák. č. 486/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání ve znění pozdějších předpisů (dále jen zákon o reklamě), za porušení ust. § 2 odst. 3 uvedeného zákona žalobkyni pokutu ve výši 500.000,-Kč. V odůvodnění rozhodnutí žalovaná uvedla, že žalobce v průběhu měsíce srpna roku 2000 zařazoval do vysílání reklamu na čokoládovou oplatku zn. Fidorka, a to opakovaně téměř každý den, v čase mezi osmou hodinou ranní a dvaadvacátou hodinou, tedy v době, kdy k televiznímu

vysílání má přístup dětská populace. Podstata tohoto reklamního spotu spočívá v tom, že 5-6 leté děvčátko na přechodu silnice vhodí na kapotu automobilu panenku, čímž uvede do činnosti airbagy a zmocní se oplatky Fidorka, kterou právě rozbaluje překvapená žena sedící v automobilu na místě spolujezdce. Poté, co oplatku ženě vytrhne, zakousne se do ní a praví: "Je to kulatá, křupavá oplatka naplněná moc dobrou náplní. A ještě je celá obalená v čokoládě". K tomu říká hlas dospělé osoby: "Fidorka - když musíš, tak musíš!" Po té je ukázána holčička, která po snědení oplatky věnuje péči své poraněné panence, vhozené před tím na kapotu auta. Žalovaná v odůvodnění napadeného rozhodnutí dále uvádí, že se jednalo o reklamu podle § 1 odst. 1 zákona o reklamě, cílem spotu bylo kupující přesvědčit o výjimečných kvalitách oplatky Fidorka. Jednalo se při tom i o reklamu zaměřenou na osoby mladší 15 let, protože ty jsou především potencionálními spotřebiteli sladkostí, zároveň šlo i o reklamu v níž vystupovala osoba mladší 15ti let. Uvedená reklama podporuje chování, které ohrožuje psychický nebo morální vývoj osob mladších 15 let, neboť ve spotu se objevují prvky agresivního chování (děvčátko vrhne svou panenku na kapotu vozu a tím ji zraní), jednak i chování, které je v rozporu se základními morálními pravidly (děvčátko se v podstatě násilím a za cenu zranění panenky zmocní vytoužené pochoutky, což by v případě, pokud by se takového jednání dopustila dospělá osoba, znamenalo spáchání přestupku, tedy jednání za které je možno vyvodit právní odpovědnost). Žalovaná v odůvodnění napadeného rozhodnutí poukazuje na obsah vyjádření žalobkyně k zahájenému správnímu řízení, kdy žalobkyně argumentovala tím, že se zjevně jednalo o nadsázku, což dokazuje např. tím, že vhozením panenky na kapotu auta by nikdy nemohlo dojít k aktivování airbagů, rozhodně nesouhlasí s výkladem žalované, že děvčátko má povědomost o fungování airbagů a že hození panenky na kapotu je kvalifikováno jako násilí. Žalobkyně ve svém vyjádření rovněž poukázala na nepřesný popis děje. Podle ust. § 2 odst. 3 zákona o reklamě je zakázáno vysílání reklam určených osobám do 15 let nebo v nichž vystupují osoby mladší 15 let, pokud podporují chování ohrožující jejich zdraví, psychický nebo morální vývoj.

Rada se zabývala obsahem předmětného reklamního spotu a dospěla k závěru, že ustanovení §2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb. bylo skutečně porušeno, neboť reklama, ve které se děvčátko v podstatě za cenu použití násilí zmocní pochoutky, podporuje chování, ohrožující psychický nebo morální vývoj dětí a mladistvých. K tomuto závěru vede i komentář, který v závěru spotu zaznívá - Fidorka, když musíš, tak musíš! – když dítě zatouží po sladkosti, tedy když ji „musí mít,“ je normální, když svého cíle dosáhne v zásadě za použití násilí. Argumenty účastníka řízení jsou zjevně účelové a zavádějící od podstaty věci. Rozdíl popisu děje jeho a Rady je pouze v tom, že v oznámení Rady se hovořilo o tom, že panenka je vhozena na kapotu příjíždějícího automobilu, zatímco účastník uvádí, že automobil stojí na semaforu. Opětovnou analýzou spotu bylo sice zjištěno, že popis účastníka řízení je přesnější, ale na podstatě věci tento drobný rozdíl nemůže nic změnit. Jako zjevnou nadsázku je spot možno chápat z pohledu dospělého diváka, na kterého jistě nemůže mít žádný záporný vliv, ale nikoliv již z pohledu dítěte, zejména menšího, které spot jako nadsázku chápat vůbec nemusí a nejspíš ani nechápe. Taktéž ani s největší pravděpodobností neví, že pouhým vhozením panenky na kapotu nemůže dojít k aktivaci airbagů a domnívá se, že sleduje reálný děj, a to včetně ošetřování zraněné panenky. Spot je třeba v tomto případě posuzovat, jak jej vnímá nebo může vnímat dítě a nikoliv dospělá osoba, které je nadsázka a podstata věci bezpochyby zcela zřejmá.

Podle § 8 odst. 1 zákona o reklamě tomu, kdo rozšiřuje reklamu v rozporu s tímto zákonem, uloží orgán dozoru ve správním řízení pokutu do výše 2.000.000,- Kč podle závažnosti porušení povinnosti a rozsahu případně způsobené škody a to i opakovaně. Žalovaná v daném případě přihlédla k tomu, že jde o první porušení zákona

tímto způsobem, avšak zároveň také k tomu, že se tak stalo ve vysílání celoplošného charakteru a že žalobkyni již byla několikrát uložena pokuta za odvysílání pořadu, který by mohl ohrozit psychický nebo morální vývoj dítěte a mladistvých v době, kdy je vysílání takového pořadu zakázáno. Pokuta ve výši 500.000,-Kč je vyměřena v odpovídající výši.

Žalobkyně podala k Městskému soudu v Praze žalobu na přezkoumání uvedeného rozhodnutí žalované. Namítá, že výše uvedené rozhodnutí je nezákonné, neboť bylo vydáno v rozporu s ustanovením § 46 správního řádu, když jej žalovaná vydala na základě nespolehlivě zjištěného stavu věci. V žalobě se dovolává svého vyjádření k výzvě ze dne 29.1.2001 a argumentů vyvracejících závěr žalované o možném ohrožení psychického nebo morálního vývoje dětí a mladistvých vysíláním výše uvedené reklamy, když v celé reklamě je nabádáno pouze ke spotřebě oplatek zn. Fidorka. Jednání děvčátka v reklamě není, dle názoru žalobkyně, možné kvalifikovat jako násilí ve smyslu zákona o reklamě. Nelze tudíž v žádném případě dospět k závěru, že tato reklama podporuje takové chování, které ohrožuje zdraví, psychický nebo morální vývoj dětí a mladistvých, neboť není naplněn zákonem stanovený znak zakázané reklamy, a to podpora jednání ohrožující zdraví, psychický nebo morální vývoj osob mladších 15 let. Vysíláním výše uvedené reklamy z její strany nedošlo k porušení žádného zákazu stanoveného zákonem o reklamě a tudíž pro vydání napadeného rozhodnutí nebyly dány zákonné podmínky stanovené v § 2 odst.3 zákona o reklamě. Hodnocení, zda reklama v konkrétním případě ohrožuje zdraví a psychický a mravní vývoj osob mladších 15 let, je na posouzení dětským psychologem. Žalovaná není schopna dle názoru žalobkyně takovou věc objektivně a profesionálně posoudit. Za takového stavu, kdy si žalovaná nevyžádala žádná odborná stanoviska, porušila tak dle názoru žalobkyně §8 odst. 4 zákona o reklamě a vůbec se nezabývala již vydanými rozhodnutími a odbornými posudky týkající se předmětné reklamy a v důsledku toho nezjistila pro rozhodování ve věci spolehlivě skutkový stav a rozhodnutí vydala v rozporu se zákonem. Žalobkyně je toho názoru, že vysíláním reklamy se žádného porušení zákona o reklamě nedopustila. V případě, že by však jejím jednáním přesto došlo k porušení zákona o reklamě, domnívá se, že výše pokuty stanovené jí napadeným rozhodnutím ve výši 500.000,- Kč, v žádném případě neodpovídá zákonným kritériím, kdy je žalovaná povinna přihlížet zejména k závažnosti porušení stanovených zákonem, k závažnosti následků takového porušení povinností a též k četnosti případů porušení zákonných povinností. Žalovaná dle názoru žalobkyně však jednoznačně jednala v rozporu s výše uvedenými zákonnými kritérii, čímž se dopustila porušení zákona, když uložila pokutu nediferencovaně ve stejné výši i ostatním provozovatelům televizního vysílání, a to bez ohledu na míru důsledků - sledovanosti reklamy na jednotlivých televizních stanicích. V této souvislosti také žalobkyně poukazuje na skutečnost, že jí v napadeném rozhodnutí nebylo uloženo ukončit vysílání reklamy, dle názoru žalované závadné, přesto, že je k tomu dle zákonných podmínek oprávněna. Je toho názoru, že pokud by byla žalovaná přesvědčena o tom, že výše uvedená reklama ohrožuje zdraví, psychický a mravní vývoj dětí a mladistvých, zakázala by současně s uložením pokuty také její další vysílání. Zároveň v žalobním návrhu žádá o odklad vykonatelnosti, neboť neprodleným výkonem rozhodnutí by jí vznikla závažná újma.

K podané žalobě se vyjádřila žalovaná. Má za to, že posoudila věc po právní stránce správně a že skutkový stav zjistila úplně.

Pokud jde o námitku žalobkyně, že porušení § 2 odst. 3 zákona o reklamě nebylo žalovanou prokázáno a že je rozhodnutí nezákonné, žalovaná uvádí, že správní řízení o uložení pokuty bylo vedeno podle příslušných ustanovení zákona o reklamě i správního řádu.



K námitce žalobkyně, že výše pokuty neodpovídá zákonným kritériím, žalovaná uvádí, že odůvodnění výše pokuty je dostačující a jasné. Při stanovení míry porušení přihlédla k rozsahu vysílání žalobkyně a dále v jakých časech byla reklama vysílána. Na druhé straně přihlédla též k tomu, že se jedná u žalobkyně o první porušení ustanovení tohoto zákona a stanovila výši pokuty v nižší zákonem stanovené sazbě. V porovnání s ostatními provozovateli vysílání, kterým byla uložena pokuta za stejné porušení zákona, je žalovaná toho názoru, že pokuta byla uložena v přiměřené výši, neboť všichni provozovatelé, kterým byla pokuta uložena, vysílají na celém území republiky. K námitce žalobkyně, že si nevyžádala k řádnému posouzení věci odborné posudky a že nevyužila posudků, které byly v době rozhodování již vyhotoveny, žalovaná uvádí, že ust. § 8 odst. 4 zákona o reklamě nestanoví povinnost, ale pouze možnost vyžádat si odborná stanoviska od příslušných orgánů státní správy a profesních sdružení, která působí v oblasti reklamy. Je tedy v pravomoci žalované, aby v rámci a v mezích zákona učinila své vlastní hodnocení případu. V daném případě dospěla jednoznačně k závěru, že reklama podporuje chování, které by mohlo ohrozit psychický nebo morální vývoj osob mladších 15 let a může posoudit dané jednání bez znaleckých posudků, neboť má ze své rozhodovací praxe zkušenosti a je kolektivním orgánem, nelze proto v daném případě hovořit o subjektivním názoru. K poslední námitce, že žalovaná nezakázala žalobkyni zařazovat předmětnou reklamu dále do vysílání, uvedla, že v pravomoci žalované je pouze sankcionovat případné porušení zákona. Není cenzurním orgánem, aby mohla zakazovat vysílání jak reklamních spotů, tak pořadů.

Při ústním jednání strany setrvaly na svých stanoviscích. Právní zástupkyně žalobkyně navíc namítla nedodržení lhůty pro vydání rozhodnutí o uložení pokuty.

Podanou žalobou bylo u Městského soudu v Praze zahájeno řízení dle části páté hlavy druhé o.s.f. ve znění účinném do 31.12.2002. Do uvedeného data nebylo řízení u Městského soudu v Praze ukončeno. Od 1.1.2003 nabyla účinnosti nová právní úprava provedená z. č. 150/2002 Sb. soudní řád správní (s.ř.s.). Podle § 130 odst. 1 s.ř.s. se řízení podle části páté hlavy druhé občanského soudního řádu účinného přede dnem nabytí účinnosti tohoto zákona, v nichž nebylo rozhodnuto do dne nabytí účinnosti tohoto zákona, dokončí podle ustanovení části třetí hlavy druhé dílu prvního tohoto zákona. Městský soud v Praze tedy postupem podle § 65 a násl.s.ř.s. - řízení o žalobě proti rozhodnutí správního orgánu, přezkoumal napadené rozhodnutí i řízení, které předcházelo jeho vydání v mezích žalobních bodů vymezených podanou žalobou a při přezkoumávání rozhodnutí vycházel ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu (§ 75 s.ř.s.). Po provedeném řízení soud shledal, že žaloba není důvodná.

Soud při rozhodování vycházel z těchto podstatných skutečností:

Podle § 2 odst. 3 z.č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění z. č. 486/1991 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění platném v rozhodné době (dále jen zákon o reklamě), se zakazují reklamy určené osobám do 15 let nebo v nichž vystupují osoby mladší 15 let, pokud podporují chování ohrožující jejich zdraví, psychický nebo morální vývoj.

Podle § 8 odst. 1 zákona o reklamě tomu, kdo rozšiřuje reklamu v rozporu s tímto zákonem, uloží orgán dozoru ve správním řízení pokutu do výše 2.000.000,- Kč podle závažnosti porušení povinnosti a rozsahu případně způsobené škody a to i opakovaně. Podle § 7 písm. a) uvedeného zákona je orgánem příslušným k výkonu tohoto dozoru nad dodržováním tohoto zákona Rada pro rozhlasové a televizní vysílání pro reklamu

rozšiřovanou v rozhlasovém a televizním vysílání, s výjimkou reklamy na léčivé přípravky a prostředky zdravotnické techniky.

Mezi účastníky není spornou skutečností, že jde o reklamu ve smyslu § 1 odst. 1 zákona o reklamě, podle kterého reklamou se pro účely tohoto zákona rozumí přesvědčovací proces, kterým jsou hledáni uživatelé zboží, služeb nebo jiných výkonů či hodnot prostřednictvím komunikačních médií. Soud se ztotožňuje se závěrem žalované, že předmětný reklamní spot je třeba s ohledem na jeho obsah posoudit jako reklamu určenou osobám mladším 15 let, neboť právě osoby mladší 15 let jsou především potencionálními spotřebiteli sladkostí. Nespornou je i ta skutečnost, že jde o reklamu, v níž vystupuje osoba mladší 15 let. Předmětem sporu je posouzení, zda jde zároveň o reklamu, která podporuje chování ohrožující psychický nebo morální vývoj osob mladších 15 let, tj. zda je naplněn i tento znak reklamy zakázané dle ust. § 2 odst. 3 zákona o reklamě.

Soud je shodně s žalovanou toho názoru, že v jednání holčičky, která vhodí svou panenku na kapotu auta a způsobí jí zranění a poté se násilím zmocní čokoládové oplatky, lze spatřovat agresivní prvky a rovněž i prvky jednání, které je v rozporu se základními morálními pravidly. V odůvodnění rozhodnutí je správný poukaz na skutečnost, že pokud by se obdobného jednání dopustila dospělá osoba, bylo by na místě vyvodit z tohoto jednání právní odpovědnost. Reklama předkládá chování dítěte, které si bere násilím to, po čem zatouží, vše umocňuje skutečnost, že holčička se oplatky zmocní i za cenu zranění panenky, tj. hračky, k níž má blízký vztah. Se sloganem „když musíš, tak musíš“, je jednání holčičky předkládáno jako běžné, normální, proti kterému není výhrad. Předmětná reklama je určena především dětem, které mají menší schopnost vnímat nadsázku nebo toho nejsou schopny vůbec a u kterých naopak nelze vyloučit tendenci snahu holčičky napodobit. Soud se z výše uvedených důvodů ztotožňuje se závěrem žalované, že předmětná reklama podporuje chování ohrožující psychický nebo morální vývoj osob mladších 15 let a je tedy naplněn tento znak reklamy zakázané podle § 2 odst. 3 zákona o reklamě.

Námitku podané žaloby, že žalovaná nemohla bez provedení důkazu znaleckým posudkem, vypracovaným znalcem z oboru dětské psychologie, takovou ryze odbornou otázku posoudit a že nepřihlédla k již vydaným odborným posudkům a vydaným rozhodnutím profesních sdružení působících v oblasti reklamy a v důsledku toho, nezjistila pro rozhodování ve věci spolehlivě skutkový stav a rozhodnutí vydala v rozporu se zákonem, nepovažuje soud za důvodnou. Dle mínění soudu jde v daném případě o otázku, kterou je žalovaná v rámci zákona oprávněna posoudit samostatně, na základě svých znalostí a zkušeností. Za důvodnou nelze považovat ani námitku, že by rozhodnutí vydala v rozporu se zákonem. Podle § 8 odst. 4 zákona o reklamě, si mohl orgán dozoru vyžádat odborná stanoviska, avšak jejich nevyžádání nelze bez dalšího hodnotit jako porušení zákona. Jak bylo uvedeno shora, v tomto případě, dle názoru soudu, taková stanoviska pro posouzení věci nebyla nutná a potřebná. Pokud žalobkyně poukazovala na rozhodnutí Rady pro reklamu ze dne 15.9.2001, správně ze dne 15.9.2000, z tohoto rozhodnutí, které je založeno ve správním spise, vyplývá, že arbitrážní komise Rady pro reklamu sice konstatovala, že reklamní nadsázka je z reklamního spotu zřejmá. Zároveň však konstatovala, že arbitrážní komise si vědomuje, že dětem schopnost vnímat reklamní nadsázku chybí. Proto také doporučila posunout začátek reklamního spotu až na 22. hodinu.

Pro stanovení výše pokuty za rozšiřování reklamy v rozporu se zákonem o reklamě stanoví § 8 odst. 1 zákona o reklamě jako kritéria, závažnost porušení povinnosti, rozsah případně způsobené škody, případně i opakované jednání. Pokutu za porušení ust. § 2 odst. 3

zákonu o reklamě bylo možno uložit do výše 2.000.000,-Kč. Žalovaná uložila pokutu ve výši 500.000,-Kč. Závažnost porušení povinnosti zvážila s odkazem na skutečnost, že vysíláno bylo celoplošným médiem, na druhé straně však hodnotila i skutečnost, že ze strany žalobkyně jde o první porušení zákona tímto způsobem. V odůvodnění rozhodnutí, kromě uvedeného uvedla i skutečnost, že reklama byla zařazována v průběhu měsíce srpna, a to opakovaně, téměř denně, v čase mezi osmou hodinou ranní a dvaadvacátou hodinou, tedy v době, kdy k televiznímu vysílání má přístup dětská populace. Námitka žalobkyně, která tvrdí nezákonný postup žalované při rozhodování o výši pokuty, poněvadž žalovaná uložila pokutu nediferencovaně, ve stejné výši i ostatním provozovatelům televizního vysílání, a to bez ohledu na míru důsledků - sledovanosti reklamy na jednotlivých televizních stanicích, ani další námitka, že žalobkyni nebylo uloženo ukončit vysílání, z čehož žalobkyně dovozuje, že vysílání této reklamy nepovažuje žalovaná za skutečně ohrožující, nebyla soudem shledána důvodná. Soud má za to, že žalovaná při stanovení výše pokuty správně vycházela z kritérií stanovených zákonem a nepřekročila meze správního uvážení. Soud neshledal důvodnou žalobní námitku, že uvedené rozhodnutí je nezákonné, neboť bylo vydáno v rozporu s ust. § 46 správního řádu, když jej vydala žalovaná na základě nespolehlivě zjištěného stavu věci a je naopak toho názoru, že rozhodnutí je v souladu se zákony a ostatními právními předpisy a vychází ze spolehlivě zjištěného stavu věci a obsahuje předepsané náležitosti.

Pokud se jedná o námitku vznesenou při ústním jednání dne 29.5.2003, že nebyla dodržena lhůta pro uložení pokuty, touto se soud nezabýval, neboť byla vznesena po marném uplynutí lhůty k podání žaloby. V této dvouměsíční lhůtě musí žalobce žalobu nejen podat, ale musí vymezit i žalobní body, tedy uvést z jakých skutkových a právních důvodů považuje rozhodnutí za nezákonné. Toto časové omezení pro uvedení důvodů žaloby platilo jak za předcházející právní úpravy, kdy rozhodnutí správních orgánů bylo přezkoumáváno podle hlavy druhé části páté občanského soudního řádu a vyplývá i z právní úpravy účinné po 1.1.2003.

Protože soud neshledal z hlediska žalobních bodů rozpor napadeného rozhodnutí ani jemu předcházejícího řízení se zákonem, podanou žalobu podle § 78 odst. 7 s.ř.s. jako nedůvodnou zamítl, tak jak je uvedeno ve výroku tohoto rozsudku.

Soud žalobě odkladný účinek nepřiznal, neboť bylo rozhodnuto rozsudkem ve věci samé.

Výrok o náhradě nákladů řízení je odůvodněn ust. § 60 odst. 1 s.ř.s., podle kterého nestanoví-li tento zákon jinak, má účastník, který měl ve věci plný úspěch, právo na náhradu nákladů řízení před soudem, které důvodně vynaložil proti účastníkovi, který ve věci úspěch neměl. V daném případě, kdy soud žalobu jako nedůvodnou zamítl, měla žalovaná plný úspěch ve věci. Zástupkyně žalované požadovala náhradu nákladů řízení před soudem za právní zastoupení žalované advokátem. Soud náklady na právní zastoupení žalované Rady pro rozhlasové a televizní vysílání nepovažuje za důvodně vynaložené náklady řízení. Žalovaná jako správní orgán, který rozhoduje v rámci zákonem svěřené pravomoci, by dle mínění soudu měla být schopna takto vydané rozhodnutí i obhájit bez potřeby zastoupení advokátem. Protože náklady na právní zastoupení žalované v řízení o žalobě proti rozhodnutí, jehož vydání spadá do předmětu činnosti žalované, soud nepovažuje za náklady důvodně vynaložené, rozhodl o nákladech řízení tak, jak je uvedeno ve výroku rozsudku.

**P o u ě n í:** Proti tomuto rozsudku lze podat kasační stížnost za podmínek § 102 a násl. s.ř.s. k Městskému soudu v Praze a to ve lhůtě do dvou týdnů po doručení rozhodnutí.

O kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud.

V Praze dne 29. května 2003



JUDr. Karla Cháberová, v.r.  
předsedkyně senátu

Za správnost vyhotovení:  
Kalinová