Posudek oponenta diplomové práce Mgr. Pavly Valušové
„Správní dozor v oblasti reklamy“

Předložená diplomová práce o rozsahu 76 stran vlastního textu je systematicky členěna, kromě úvodu a závěru, do 5 kapitol [„Správní dozor v oblasti reklamy - vymezení základních pojmů“ (vymezení reklamy a způsobů její regulace, vymezení správního dozoru, prameny právní úpravy), „Veřejnoprávní povinnosti a omezení při tvorbě reklamy“ (= obecné a vybrané komoditně specifikované/specifické primární povinnosti; jaká je souvislost zejména oněch specifických povinností s výkonem správního dozoru?), „Dozorové orgány a odpovědné subjekty podle zákona o regulaci reklamy“ (proč „proti sobě“ stojí „dozor“ a „odpovědnost“?; je vhodné užívat označení „subjekt“?; jde o kontrolované osoby?), „Zvláštní pravidla výkonu dozoru podle zákona o regulaci reklamy“ (název neodpovídá obsahu kapitoly, nejde o „pravidla výkonu dozoru“; nelze směšovat vlastní výkon dozoru na straně jedné a navazující správní řízení a/nebo hmotněprávní souvislosti na straně druhé) a „Řízení o přestupku podle zákona o regulaci reklamy a jeho zvláštnosti“]. Poněkud neorganicky je v partii (kapitoly 1.) o „pojmu“ správního dozoru obsažen výklad o postupu podle kontrolního řádu; na druhé straně v této partii (popřípadě v kapitole 3. či 4.) chybí teoretická charakteristika správního dozoru v předmětné oblasti (vodítkem by zde mohl být např. text na str. 203 - 205 op. cit. v pozn. č. 13 na str. 9). Podíl výkladu o primárních povinnostech ne zcela odpovídá názvu práce (jejich výklad mohl být přizpůsoben potřebám navazujícího výkladu o výkonu správního dozoru; srov. náznak takového přístupu na str. 49).

Téma práce je aktuální, obecně jde o dosti živou problematiku.

Autorka využila řadu pramenů (odborná literatura, právní předpisy, jiné dokumenty, judikatura, žurnalistické informace).

Z hlediska tématu práce je přínosný zejména výklad v kapitolách 3. a 4.; některým zde zmíněným otázkám mělo být věnováno více pozornosti. Práce je psána srozumitelně.

Z dílčích připomínek uvádím:

- Druhá věta předposledního odstavce na str. 4 není formulována šťastně.

- Výklad o pramenech právní úpravy (partie 1.2.2.) měl na prvním místě zmínit hmotněprávní úpravu správního dozoru v předmětné oblasti.

- Stavební zákon se týká umisťování a provádění „staveb pro reklamu“ a „zařízení“ (včetně reklamních); str. 20.

- V první větě prvního odstavce na str. 58 je pořadí předpisů, v nichž je obsažena procesní úprava správního dozoru, uvedeno nevhodně. Podobně ve druhé větě prvního odstavce na str. 63.

- Postavení zadavatele, zpracovatele a šiřitele reklamy mělo být rozebráno podrobněji (str. 60 - 61).

- Poslední věta na str. 65 je formulována příliš „volně“.

- Tvrzení ve třetím odstavci na str. 72 je nesprávné. Správnětrestní postih není jediným zákonem o regulaci reklamy upraveným „navazujícím“ prostředkem.

Podle protokolu o výsledku kontroly na plagiáty z 28. srpna t. r. byl text práce porovnán se 711 dokumenty, přičemž nejvyšší dosažená míra podobnosti činila 8 %.

Nakolik dílo splnilo vytčený cíl (= přinést komplexní popis a analýzu současné právní úpravy správního dozoru v oblasti reklamy se zdůrazněním problematických bodů; str. 3)? Problémy ve vztahu ke správnímu dozoru jsou stručně zmíněny, kromě závěru práce, pouze na str. 59 - 61.

Celkově mám za to, přes uvedené připomínky, že předložený elaborát splňuje požadavky kladené na práce tohoto druhu.

Rozpravu u obhajoby doporučuji zaměřit na problematiku nápravných opatření navazujících na zjištění učiněná při výkonu správního dozoru podle zákona o regulaci reklamy.

V Praze dne 17. září 2020

JUDr. Ing. Josef Staša, CSc.