

KLINIKA MEDIÁLNÍHO PRÁVA: SEXISTICKÁ REKLAMA PETRA HAVLÍKOVÁ, JANA KVASNICOVÁ

Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy

“Reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí obsahovat jakoukoliv **diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní cítění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu**. Reklama nesmí napadat politické přesvědčení.”

Otázky

1. Je rozdíl mezi sexistickou reklamou a reklamou na produkt související se sexem?

2. Je každá sexistická reklama nezákonná? Proč ano, proč ne.

3. Nahota na obraze je ok a v reklamě je to problém?

4. Je možné eticky prezentovat třeba reklamu na sexuální služby?

Zastávárna Index: 8As 202/2019-43

“... chybějící souvislost mezi vyobrazením téměř nahé ženy a propagovaným zbožím tvoří jeden z prvků aplikovaných neurčitých právních pojmů, nejedná se o závěr jdoucí nad rámec zákonné úpravy, neboť ta naopak počítá s tím, že v zákoně užitá **neurčité právní pojmy** správní orgány v každém jednom případě **naplní konkrétním obsahem**. NSS v tomto směru neshledal, že by závěry krajského soudu či správních orgánů byly jakkoli excesivní. Jestliže stěžovatelka současně namítá, že „si lze těžko představit, jaká další vyobrazení, mimo již použitých, by měla souvislost se zastávárenskou činností“, lze uzavřít, že takových příkladů si lze obecně představit celou řadu. Fotografie takřka nahých mladých žen však takovým případem v kontextu zastávárenské činnosti nepochybně nejsou.”

Předpisy regulující reklamu:

- Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy
- Zákon č. 231/2001 Sb. Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání
- Rada pro reklamu – Kodex

Další materiály:

Publikace Sexistická reklama:
<http://zenskaprava.cz/nabidka/sexisticka-reklama/>

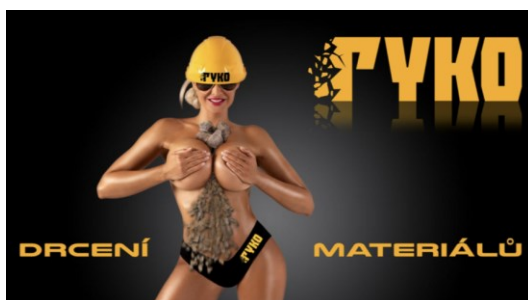
Leták KVOP:

<https://www.ochrance.cz/letaky/nezakonna-reklama/nezakonna-reklama.pdf>

Co jsou to neurčité právní pojmy?

Ohrožování mravnosti	Dobré mravy
Lidská důstojnost	Motivy strachu
....

Příklady reklam



Otázky

1. Měla by být reklama regulovaná více nebo méně?

2. Máte k dispozici celou veřejnou správu i soukromé subjekty a můžete zvolit, kdo bude na reklamu dohlížet – koho vyberete a proč?

3. Jak může být reklama diskriminační?

Další materiály:

- Metodická informace ministerstva průmyslu a obchodu k rozeznávání sexismu v reklamě
- Zpráva veřejné ochránkyně práv o šetření z vlastní iniciativy ve věci přístupu úřadů k sexistické reklamě ze dne 20. 4. 2018

Kdo dozoruje sexistickou reklamu

1. Krajské živnostenské úřady
2. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání

Někdy také: Státní ústav pro kontrolu léčiv, Ministerstvo zdravotnictví, Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, celní úřady...