



Č. j.: JMK 78889/2013  
Sp. zn.: S-JMK 65290/2013/KŽÚ/OH  
Vyřizuje: Ing. Hudcová  
Telefon: 541 653 636  
Počet stran: 1  
Datum: 04.07.2013

## Úřední záznam

Krajský živnostenský úřad Krajského úřadu Jihomoravského kraje (dále jen „KŽÚ“), jako věcně a místně příslušný správní orgán dozoru nad dodržováním zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, v platném znění (dále jen „zákon o regulaci reklamy“), obdržel dne 06.06.2013 elektronické podání NESEHNUTÍ Brno, o.s., poukazující na reklamu na mezinárodní festival Divadelní svět Brno 2013, jejíž obrazová část by mohla být v rozporu s ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy.

### Zjištění:

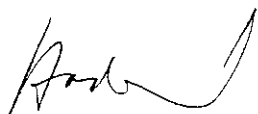
Účelem posuzované reklamy je přilákat návštěvníky na mezinárodní divadelní festival Divadelní svět Brno 2013. Tématem tohoto ročníku festivalu je Hudba-divadlo, divadlo-hudba. Obrazová část reklamy obsahuje sedící nahou či spoře oděnou ženu, zakrytou hudebním nástrojem, kterou z pozadí pozoruje mim. Při posuzování reklamy vzal KŽÚ předně v úvahu skutečnost, že jde o reklamu na divadelní festival, předmětem reklamy je tedy umění a nahá lidská těla se v umění vyskytují a vyskytovala prakticky od nepaměti.

KŽÚ se proto při posuzování předmětné reklamy zabýval především otázkou, zda reklama ohrožuje obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižuje lidskou důstojnost či obsahuje prvky pornografie, neboť právě taková reklama je dle ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy v rozporu s dobrými mravy.

Při hodnocení reklamy vycházel KŽÚ mimo jiné ze stanoviska Institutu pro kriminologii a sociální prevenci, dle kterého je charakteristickým znakem pornografie podněcovat sexuální pud příjemce. Jako pornografické se zpravidla označují materiály, které překračují morální normy společnosti a vzbuzují u výrazné části stud (viz rozhodnutí Nejvyššího správního soudu, zn. As 32/2007 - 83).

S ohledem na skutečnost, že KŽÚ řeší v souvislosti se zveřejněním předmětné reklamy na divadelní festival pouze tento jeden podnět, nelze mít za to, že reklama vzbuzuje stud nebo pohoršení a že je nepřijatelná u většiny společnosti. Naopak KŽÚ shledal, že reklama není vulgární a že celkový dojem díla nezpůsobuje morální pohoršení u osob s běžným cítěním. KŽÚ dospěl k přesvědčení, že reklama na divadelní festival Divadelní svět Brno nepřijatelným způsobem mravnost neohrožuje, lidskou důstojnost nesnižuje a ani neobsahuje prvky pornografie.

KŽÚ konstatuje, že posuzovaná reklama, která je podle NESEHNUTÍ Brno, o.s. z několika důvodů sexistická, nepřekračuje morální normy společnosti, a tudíž není v rozporu se zákonem o regulaci reklamy.



Zapsala Ing. Olga Hudcová