

**Krajský úřad Olomouckého kraje**  
**Odbor správní, legislativní a Krajský živnostenský úřad**  
**Jeremenkova 40a, 779 11 Olomouc**

KÚOK/53903/2015/OSLKŽÚ-KŽÚ/258

V Olomouci dne 2. října 2015

KUOK 85069/2015

## ROZHODNUTÍ

Krajský úřad Olomouckého kraje, Odbor správní, legislativní a Krajský živnostenský úřad jako věcně a místně příslušný správní orgán dle § 7 písm. i) 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 (dále jen zákon o regulaci reklamy) rozhodl ve správním řízení vedeném podle zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů

### t a k t o:

Krajský úřad Olomouckého kraje, Odbor správní, legislativní a Krajský živnostenský úřad ukládá podle § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy právnické osobě: Jazykový a vzdělávací institut s. r. o., se sídlem Švédská 413/8, 779 00 Olomouc, IČO 60778806

**povinnost zaplatit pokutu ve výši 10 000 Kč,**  
**slovy: deset tisíc korun českých**

za spáchání správního deliktu dle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy, kterého se společnost Jazykový a vzdělávací institut s.r.o. dopustila tím, že jako zpracovatel reklamy porušila podmínky pro obsah reklamy stanovené v § 2 odst. 3 téhož zákona tím, že zpracovaná reklama je v rozporu s dobrými mravy, zejména snižuje lidskou důstojnost, a to konkrétně tím, že Jazykový a vzdělávací institut s.r.o. zpracoval pro sebe a na podporu své podnikatelské činnosti reklamu na služby, nabízející v září 2014 formou velkoplošného billboardu nejméně v Olomouci u Základní školy Mozartova, denní pomaturitní studium, kurzy pro veřejnost a překlady a tlumočení s vyobrazením dvou osob, přičemž jde o obézního a holohlavého (plešatého) muže, který je od pasu nahoru bez oděvu, v ústech drží doutník a jeho pohled spolu s ukazováčkem pravé ruky směřuje ke kolemjdoucím, zatímco pohled ženy s rozevlátými vlasy v červenobíle kostkované košili, stojící po jeho boku, směřuje k tomuto muži. Tento vizuál doplňoval text: „Dostal jsem ji jazykem...“. Předmětnou reklamou využívající reklamního sloganu ve spojení se stereotypním vyobrazením ženské a mužské pozice dochází ke snížení lidské důstojnosti mužského i ženského subjektu, čímž je reklama v rozporu s dobrými mravy, snižuje lidskou důstojnost a porušuje tak § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy.

Pokuta je splatná na účet Olomouckého kraje, Jeremenkova 40a, číslo účtu

27-4228320287/0100, variabilní symbol 1522185069, konstantní symbol 558 vedený u Komerční banky, a.s., Olomouc do 15 dnů ode dne nabytí právní moci tohoto rozhodnutí.

**II. Krajský úřad Olomouckého kraje, Odbor správní, legislativní a Krajský živnostenský úřad ukládá účastníku řízení povinnost nahradit podle § 79 odst. 5 správního řádu náklady řízení stanovené paušální částkou podle § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb., ve výši 1 000 Kč, slovy: jeden tisíc korun českých.**

Náhrada nákladů řízení je splatná na účet Olomouckého kraje, Jeremenkova 40a, číslo účtu 27-4228320287/0100, variabilní symbol 1522185069, konstantní symbol 558 do 15 dnů ode dne nabytí právní moci tohoto rozhodnutí.

## **I. a II. Odůvodnění**

Krajský úřad Olomouckého kraje, Odbor správní, legislativní a Krajský živnostenský úřad (dále také „správní orgán“ nebo „dozorový orgán“) jako dozorový orgán v oblasti regulace reklamy při své úřední činnosti posuzoval velkoplošný billboard firmy Jazykový a vzdělávací institut s.r.o. (dále také „účastník řízení“). Posuzovaný billboard obsahoval vyobrazení muže a ženy, logo firmy a nabídku služeb a doprovodný text. Posuzované oznámení bylo správním orgánem vyhodnoceno jako reklama, jelikož toto oznámení bylo účastníkem řízení zpracováno s cílem podpory podnikatelské činnosti, v konkrétním případě na podporu nabízených služeb. Na základě výše uvedeného je předmětné oznámení reklamou (dále je „předmětná reklama“) podle § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy. Z definice reklamy podle uvedeného ustanovení vyplývá, že reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířená zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud zákon o regulaci reklamy nestanoví jinak.

Dle § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy je zpracovatelem reklamy právnická nebo fyzická osoba, která pro sebe nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu zpracovala reklamu.

V rámci provedeného šetření správní orgán zjistil, že zpracovatelem předmětné reklamy je účastník řízení, který reklamu zpracoval sám na podporu své podnikatelské činnosti a sám určil obsah reklamy.

Dle § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy nesmí být reklama v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí obsahovat jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní citění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu. Reklama nesmí napadat politické přesvědčení.

Dozorový orgán zhodnotil předmětnou reklamu jako reklamu ve smyslu zákona o regulaci reklamy. Předmětná reklama byla účastníkem řízení šířena v měsíci září

2014 a to smluvně firmou ARES CZ s.r.o. a firmou BigMedia, spol. s r.o. a to formou velkoplošného billboardu nejméně v Olomouci u Základní školy Mozartova.

Předmětnou reklamu tak, jak je popsána ve výroku rozhodnutí je nezbytné posuzovat v kontextu její vizuální části a uvedeného sloganu. V oblasti reprezentace vztahů mezi muži a ženami v reklamních vyobrazeních je problémem zobrazení heterosexuální nadřazenosti muže nad ženou. V předmětné reklamě se tomu tak děje především v souvislosti s použitím jazykového dvojsmyslu „Dostal jsem ji jazykem!“, který muže umísťuje do pozice „lovce“ nebo „dobyvatele“. Implikují to i postavení a gesta vyobrazeného muže a ženy, kdy muž je v popředí, sebevědomě hledí a ukazuje směrem ven z plakátu (billboardu), přičemž v ústech drží doutník a druhou rukou drží ženu, stojící v pozadí, usmívající se a hledící na muže, který ji „dostal“. Žena je tu přitom zobrazená jako někdo, koho je možné a žádoucí nějakým způsobem „dostat“. Umístění ženského subjektu do takovéto pozice nepochybně staví ženu do role pouhého sexuálního objektu, čímž snižuje její lidskou důstojnost.

Použití sloganu „Dostal jsem ji jazykem!“ v kontextu reklamy na jazykovou školu je dvojsmyslný a má jednoznačný sexuální podtext, který naznačuje, že ženu je možné „dostat“ poskytnutím nějaké sexuální služby. Použití takovéto roviny významu v reklamě ve spojení se vzdělávací institucí je pak nepatřičné.

Zobrazení muže, jehož obezita je zdůrazněná jeho nahotou, ve spojitosti se zmíněným sloganem implikuje, že tento typ muže nemá jinou možnost jak „dostat“ partnerku, a proto si musí vypomocť svými jazykovými schopnostmi (ať již je chápeme doslovně nebo v přeneseném slova smyslu). Tímto způsobem je tato reklama sexistická i vůči mužům (respektive k jistému typu mužů) a snižuje jejich lidskou důstojnost.

Předmětná reklama využívá jazykového sexismu ve spojení se stereotypním vyobrazením ženské a mužské pozice, přičemž dochází ke snížení lidské důstojnosti mužského i ženského subjektu, čímž je reklama v rozporu s dobrými mravy, snižuje lidskou důstojnost.

Správní orgán posuzoval řešenou problematiku také z pohledu dvou právních předpisů, a to jednak Listiny základních práv a svobod České republiky zakotvující právo na svobodu projevu a omezení tohoto práva právě v zákoně o regulaci reklamy. Dozorový orgán dospěl k závěru, že právo na svobodu projevu slova, tak, jak je uvedeno v čl. 17 Listiny, končí právě tam, kde začíná zasahovat do práv a svobod třetích osob, což je dle názoru správního orgánu právě případ předmětné reklamy, která je svým obsahem v rozporu s dobrými mravy, a zejména pak snižuje lidskou důstojnost.

Podle § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy je zakázána mimo jiné reklama, která je v rozporu s dobrými mravy – kromě jiného to znamená ta reklama, která snižuje lidskou důstojnost. Za takto spáchaný správní delikt může být podle § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy uložena zpracovateli pokuta do 2 000 000 Kč.

Spáchání správního deliktu má správní orgán za prokázané na základě vlastního zjištění, z obrazové dokumentace předmětné reklamy, která je součástí spisové dokumentace.

Správní orgán posoudil zjištěné skutečnosti a bez pochybností dospěl k závěru, že podnikatel v rozporu s § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy zpracoval reklamu, která je v rozporu s dobrými mravy, zejména snižuje lidskou důstojnost, čímž se dopustil správního deliktu dle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy, a proto správní orgán přistoupil k uložení pokuty dle § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy.

Správní orgán zjišťoval všechny rozhodné okolnosti svědčící ve prospěch i neprospěch účastníka řízení, zabýval se závažností správního deliktu, zejména způsobem jeho spáchání a jeho následky a okolnostmi, za nichž byl spáchán. Správní orgán přihlédl při stanovení výše pokuty jako k polehčující okolnosti k tomu, že se jednalo o první porušení zákona o regulaci reklamy, které u účastníka řízení správní orgán zjistil. Za přitěžující okolnost správní orgán považuje skutečnost, že reklama byla mimo jiné šířena u Základní školy Mozartova v Olomouci, kdy na základě upozornění ředitele školy byla přelepena. Dále za přitěžující okolnost správní orgán považuje skutečnost, že reklama byla zpracována do formy velkoplošného billboardu, který disponuje velkým potenciálem oslovit široký okruh příjemců.

Při rozhodování o výši sankce správní orgán přihlédl ke shora uvedeným skutečnostem a uložil podnikateli pokutu, která se příliš nevzdaluje od spodní hranice zákonem stanovené sazby a považuje ji za přiměřenou a odpovídající míře závažnosti spáchaného správního deliktu. Správní orgán má za to, že takto uložená sankce v daném případě splní jak svůj účel represivní, tak svůj účel preventivní, spočívající v důrazném upozornění podnikatele na nutnost důsledného dodržování povinností vyplývajících pro něj ze zákona o regulaci reklamy, jímž je povinen se při své podnikatelské činnosti řídit.

Ze všech těchto důvodů byla uložena sankce při samé dolní hranici možného sankčního postihu a správní orgán má za to, že je dostatečným varováním před dalším nezákonným jednáním.

Na doplnění správní orgán uvádí, že dne 17. 8. 2015 nabyt účinnosti zákon č. 202/2015 Sb., kterým se mění zákon 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 a zákon č. 256/2001 Sb., o pohřebnictví a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Rozhodováno bylo podle znění účinného po této novele. Uvedenou novelou nedošlo v posuzované oblasti ke změně hmotně právní úpravy, ale došlo pouze ke změně v řazení odstavců a písmen.

Jelikož účastník řízení vyvolal správní řízení porušením své právní povinnosti, což mu bylo prokázáno, je povinen uhradit paušální částku nákladů správního řízení, tak jak je uvedeno ve výroku II. tohoto rozhodnutí.

### **P o u č e n í**

Proti tomuto rozhodnutí lze podat odvolání ve lhůtě 15 dnů ode dne jeho oznámení; prvním dnem lhůty je den následující po dni oznámení rozhodnutí. Odvolání se podává u Odboru správního, legislativního a Krajský živnostenský úřad a rozhoduje o něm Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky.

Otisk úředního razítka

JUDr. Marie Mazánková  
vedoucí odboru

Účastník řízení:

Jazykový a vzdělávací institut s. r. o.

Obdrží:

- 1) účastník řízení
- 2) spis