

23

Praha  **cz**

**POSLANEC
ZNÁSILNIL
MASÉRA**

**napsali jsme
první**



Vyřizuje/tel.:
Petkovičová/2026

Č. j.:
MHMP 656266/2023
Sp. zn.:
S-MHMP 321103/2023

Počet listů/příloh: -/0
Datum:
22.1.2024

U S N E S E N Í

Magistrát hlavního města Prahy, odbor živnostenský a občanskosprávní (dále jen „orgán dozoru“), podle § 76 odst. 1 písm. a) zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen „zákon o odpovědnosti za přestupky“), odkládá podnět ve věci podezření na porušení 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 „zákon o regulaci reklamy“), kterého se měla dopustit společnost Flowee s.r.o., se sídlem: Na strži 2097/63, PSČ: 140 00 Praha 4, IČO: 056 (dále jen „společnost“), neboť došlé oznámení neodůvodňuje zahájení řízení o přestupku.

O d ů v o d n ě n í

V podnětu bylo poukázáno na reklamu, která byla šířena ve vestibulu stanice metra Florenc, Praha 1 s odkazem na PrahaIN.cz. Reklama byla následujícího znění: „*Poslanec znásilnil maséra*“. Dne 14.2.2023, zdejší odbor v rámci šetření provedl ohledání uvedeného místa, které fotograficky zdokumentoval. Dále byla společnost požádána o vysvětlení ve věci. Dozorovému orgánu bylo sděleno, že uvedená reklama v pražském metru byla po zkušebním testování pro interní účely odstraněna.

V souladu s § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené 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 není dále stanoveno jinak.

Sídlo: Mariánské nám. 2/2, 110 01 Praha 1
Pracoviště: Jungmannova 35/29, 110 00 Praha 1
Kontaktní centrum: 800 100 000, fax: 236 007 157
E-mail: posta@praha.eu, ID DS: 48ia97h

Dále v souladu s § 2 odst. 3 zákona 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.

Mravnost je způsob jednání, který je většinou lidí vnímán jako dobrý, vhodný a správný. To, co je pro někoho správné a morální, pro dalšího může být nemorální.

V uvedené věci se jednalo o krátkodobou upoutávku, týkající se politické kauzy spojené s poslancem. Pravdou je, že časopis PrahaIN měl/má občas tzv. šokující tituly na svých reklamních billboardech, ostatně jako i většina mediálních společností ze stejné branže, za účelem sledovanosti, prodeje, zvýšení zisku.

V podnětu byl kladen důraz na to, že znění na předmětném billboardu je velice nevhodné pro vývoj dětí a mládeže. Z aspektu zákona o regulaci reklamy nelze říct, že toto uvedené znění ohrožuje obecně nepřijatelným způsobem mravnost, ani že obsahuje prvky pornografie.

Mediální společnosti nemohou za to, že v případě nějaké události (která se týká/netýká okolnosti spojené se sexem, masáží) užívají obecné termíny popisující konkrétní situaci, událost, ke které mohlo anebo nemuselo dojít. Bohužel žijeme v rozmanité době a společnosti, ve které nelze vývoj dětí a mládeže chránit úplně před veškerými druhy „zla“, negativních věcí (ve formě reklamních oznámení apod.) a událostí. Negativní projevy, oznámení a výrazy týkající se sexu, zneužití atd., jsou obsahem i různých filmů, knih a dalších publikací.

Zdejší odbor nemá ve své pravomoci zakazovat veškeré negativní projevy, oznámení, pouze a jedině může konat dle a v souladu s platnými právními předpisy z aspektu případné reklamy, která by mohla ohrožovat mravnost, snižovala lidskou důstojnost anebo obsahovala prvky pornografie. Skutečnost, že mohlo/nemohlo dojít k trestnému činu, zneužití atd., oznámení spojené s uvedenou anebo další skutečností, vidíme, slyšíme, dozvídáme se o tom denně formou TV, mediálních a dalších sdělovacích prostředků, aniž bychom si to vyžadovali. Tyto případy nelze považovat za skutečnosti, které jsou v rozporu s dobrými mravy.

Na základě výše uvedeného dozorový orgán dospěl k názoru, že se podnikatel nedopustil svým jednáním porušení § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.

Mgr. Pavel Štefaňák

ředitel odboru živnostenského a občanskosprávního
Magistrátu hlavního města Prahy

podepsáno elektronicky