Obsah

Předmluva 5
Anna Šabatová

Úvod 7

Kritéria posuzování sexistické reklamy 8
Eva Bartáková, Eva Čivrná, Petra Havlíková, Jarmila Nýdrlová, Kristýna Pešáková

Vnímání sexistické reklamy českou veřejností (CVVM) 26

Pohled na sexistickou reklamu v kontextu deseti let zkušeností s udílením anticeny Sexistické prasátečko 44
Petra Havlíková

Ženy zdobí, muži jím jsou. Co je to? 56
Petra Havlíková

Právní úprava zákazu sexistické reklamy v České republice 66
Jana Kvasnicová

Regulace a samoregulace reklamy ve vybraných zemích 72
Jana Kvasnicová, Alena Jašková

Dobré mravy, lidská důstojnost, obtěžování a sexistická reklama 82
Pavla Špondrová

Metodická informace k rozeznávání sexismu v reklamě z procesního pohledu 94
Martin Šaroch

Proč se reklama „Potřebujete píchnout" příčí dobrým mravům 102
Barbara Havelková

Svoboda sexistického projevu 106
Jana Kvasnicová

Kvantitativní a kvalitativní analýza posuzování sexistické reklamy krajskými živnostenskými úřady 118
Eva Bartáková, Petra Havlíková

Srovnání rozhodovací praxe Rady pro reklamu jako samoregulačního orgánu a krajských živnostenských úřadů 136
Veronika Bazalová

Ombudsmanka o sexistické reklamě 144
Zuzana Andrašovová, Eva Bartáková

Regulace reklamy ve vztahu k judikatuře nejvyšších soudů s důrazem na prvky diskriminace 150
Alena Jašková

Sexistická diskriminační reklama před Evropským soudem pro lidská práva 158
Monika Hanych, Zuzana Andreska

Sexistická reklama jako nekalá soutěž? 166
Josef Kotásek

Sexismus v politických kampaních a politické reklamě 174
Kateřina Kňapová

Závěr 180

Zdroje 184