**Kauzy ŠIK CZ s.r.o. - „My hrajeme fér!“**

Prostřednictvím realizovaných interaktivních workshopů protikorupčního vzdělávání mládeže se Právní poradna TI měla možnost setkat s obchodní činností soukromé společnosti ŠIK CZ s.r.o., se sídlem: Praha 1 - Staré Město, Dlouhá 705/16, PSČ 110 00, vedená u Městského soudu v Praze pod spisovou značkou C 123202, IČ: 278 72 815 (dále jen „**společnos**t **ŠIK**“). Jedná se o business model hodný veřejné pozornosti, neboť s**polečnost ŠIK v rámci své činnosti uzavírá smlouvy se základními a středními školami, jichž je v současné době více než 400[[1]](#footnote-1)**, kdy na základě těchto smluv školám poskytuje televizory, které instaluje na frekventovaná místa školních chodeb, přičemž na těchto televizních obrazovkách v době školních přestávek vysílá prostřednictvím internetu video spoty. Tyto video spoty by měly, dle vlastních slov společnosti ŠIK, sloužit k podpoře prevence společensky nežádoucích jevů a zvyšování gramotnosti mladé generace[[2]](#footnote-2).

Přestože programová skladba kanálu obsahuje rubriky finanční gramotnosti, rizik šikany, protikorupční, environmentální, dopravní, zdravotní a jiné výchovy, lze po zhlédnutí některých spotů i bez pedagogického vzdělání kvantifikovat reálný dopad na studenty mizivou hodnotou. Výše uvedené lze konstatovat z následujících důvodů.

Kvalita grafického zpracování a jakost produktů lze označit za extrémně nízkou, obecně proto u žáků, studentů, ale i dospělých vyvolává spíše úsměv, neboť valná většina mladé generace by byla schopna videa vytvořit ve vyšší kvalitě.

Jako mnohem závažnější skutečnost však lze vnímat obsah některých z těchto **video spotů, které namísto prevence nežádoucích jevů a zvyšování gramotnosti, evokují svým obsahem spíše reklamní sdělení.** Přestože je zde patrná povrchní snaha o informativní a edukativní sdělení, které by mělo podporovat rozhled a zájem dětí, při důkladnějším pozorování nepochybně sílí dojem, že se jedná o reklamu.

TI zaujaly především dva konkrétní video spoty s názvem *„Nakupuj v pohodě“*, z jejichž vizuálního obsahu je naprosto zřejmá prezentace konkrétní značky obchodní korporace, která je nadto podpořena grafickým layoutem, pod nímž je obchodní řetězec ve společnosti obecně znám. Výše zmíněné tak zvyšuje u dětí a mládeže zájem o tento řetězec a buduje k němu jejich pozitivní vztah. Situace je o to závažnější, že adresátem skryté reklamy jsou děti a mládež, jež jsou pro svůj věk zvlášť zranitelnou a potenciálně ohroženou skupinou. Dle názoru TI se jedná o výstižný příklad reklamy, jejíž záměrný podnikatelský účel není pro mladého spotřebitele dostatečně rozlišitelný, nelze uvažovat o tom, že by např. děti z prvního stupně základní školy byly schopny objektivně vyhodnotit obsah sdělení a dokázat o něm kriticky uvažovat.

Nad výše uvedené lze dodat, že programové skladba vysílání Školního informačního kanálu spoty *„Nakupuj v pohodě“* prezentuje jako rubriku, která je zaměřena na ochranu práva mladého spotřebitele a zároveň na edukaci v oblasti zdravého životního stylu a environmentální výchovy[[3]](#footnote-3). Po zhlédnutí spotu však nelze dojít k jinému zjištění, než tomu, že jakékoli náznaky témat týkajících se ochrany spotřebitele, zdravého životního stylu či environmentální výchovy zcela absentují. Tyto video spoty jsou umístěny na serveru www.youtube.com a jsou k nalezení pod odkazem v poznámce pod čarou.[[4]](#footnote-4)

Z výše uvedených důvodů přistoupila TI k podání podnětu příslušnému krajskému živnostenskému úřadu, aby prověřil, zda se společnost ŠIK nedopouští správního deliktu šíření skryté reklamy, která je zákonem o regulaci reklamy zakázaná.

Spoty týkající se korupce, jakožto části, kterou může právní poradna TI hodnotit i z odborného hlediska, poskytují školometský popis korupce včetně jejího dělení na korupci malou a velkou a nabádají k jejímu oznamování orgánům činným v trestním řízení. Videa nikterak neilustrují šíři problematiky, nepřibližují studentům situace, s nimiž by se mohli v blízké budoucnosti reálně setkat, nevykreslují konkrétní dopady, které by mohly negativně ovlivnit osobní sféru žáků, neupozorňují na rizika, které by jim mohla hrozit ani nenabízí způsoby, jak tyto eliminovat. Žáci ani studenti tak nezískávají ani znalosti ani dovednosti, které by jim mohly být ku prospěchu, nýbrž pouze nic neříkající sdělení o tom, že je korupce (pravděpodobně) špatná. Žáci a studenti tak setrvávají v momentě, kdy jejich názor na korupční problematiku je značně zkreslený a neobjektivní, protože jej zpravidla utvořily pouze mediálně známé kauzy, u nichž byla jen málokdy vyvozena individuální odpovědnost konkrétních aktérů. <https://www.youtube.com/watch?v=e_Ssbog8GFw>

**Školská zařízení přitom za video spoty hradí nemalé částky, kdy se z průzkumu právní poradny TI ukázalo, že tyto nejsou jednotné a pohybují se v širokém spektru od sedmi do devadesáti tří tisíc korun bez DPH za 10 let, kdy plnění z uzavřených smluv byla takřka stejná. Smlouvy přitom jednoznačně svědčí ve prospěch společnosti ŠIK, s.r.o., jednak v ohledu na možnosti výpovědi smlouvy, ustanovení o mlčenlivosti, smluvní období, smluvní pokuty, rozhodčí doložku atp. Smlouva je nadto uzavřena dle obchodního zákoníku, ačkoli školská zařízení nelze za podnikatelské subjekty označit.**

Nad praktikami společnosti ŠIK **vyvstávají rovněž otázky ohledně záštit ministerstev a odborných institucí nad společností i jednotlivými spoty,** kterými společnost disponovala okamžitě od svého vzniku (rok 2007) kontinuálně až do dnešní doby.

TI se podivuje nad snadností se kterou ministři, úředníci a další funkcionáři poskytují záštity projektu, o kterém patrně moc neví. Mezi záštitami ministerstev, odbornými garanty a odbornými posudky a referencemi lze nalézt instituce jako Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, které spolu s ministrem pro lidská práva, rovné příležitosti a legislativu Jiřím Dienstbierem přímo zaštiťují sérii spotů „My hrajeme fér“, dále lze zmínit Ministerstvo vnitra ČR, Ministerstvo obrany ČR, Ministerstvo dopravy ČR, Ministerstvo financí ČR, ale například i Univerzitu Karlovu, Státní zdravotní ústav či Státní ústav pro kontrolu léčiv, jakož i řadu jiných[[5]](#footnote-5).

Druhou mnohem závažnější otázku pak představuje **struktura společnosti, která může indikovat profil ready-made společnosti s vazbami na holding společnosti NATLAND.** Tomuto tvrzení nasvědčují jednak dvě ze tří sídel společnosti ŠIK CZ, s.r.o. (Koněvova 2660/141, Praha 3 a Dlouhá 705/16 Praha – Staré město), v obou případech office housy, v nichž sídlí nespočet dalších společností a dále osoba Tomáše Uhríka, který se angažoval jako jednatel nebo předseda představenstva ve více než 200 společnostech.

**Závěrem TI vznáší apel na smluvní protistrany tedy na základní a střední školy (či jejich zřizovatele), aby zvážily své budoucí setrvání ve smluvním vztahu a vynakládané finanční prostředky investovaly do hodnotnějších a smysluplnějších činností tak, aby z nich profitovala především mladá generace a nikoli majitelé společnosti ŠIK.**

1. Pokrytí projektu ŠIK [online]. [cit. 2015-07-08]. Dostupné z: [*http://www.sikcz.cz/index/url/pokryti-projektu*](http://www.sikcz.cz/index/url/pokryti-projektu) [↑](#footnote-ref-1)
2. O projektu. *Školní informační kanál.* [online]. [cit. 2015-07-08]. Dostupné z: [*http://www.sikcz.cz/article/id/32*](http://www.sikcz.cz/article/id/32) [↑](#footnote-ref-2)
3. Program vysílání Školního informačního kanálu, Příloha č. 1 podnětu [↑](#footnote-ref-3)
4. ŠIK CZ. Nakupuj v pohodě: Obchod. *Youtube* [online]. 11. 2. 2015. [cit. 2015-07-08]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Ao5vIb8etdY> a ŠIK CZ. Nakupuj v pohodě: Obslužný pult. *Youtube* [online]. 12. 3. 2015. [cit. 2015-07-08]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=OKV55RlMpzM> [↑](#footnote-ref-4)
5. <http://www.sikcz.cz/index/url/garanti> [↑](#footnote-ref-5)