

19. 10. 2023

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

# Návrh novely zákona o regulaci reklamy - uvolnění pravidel pro reklamu na zbraně

Chystané změny v oblasti legislativy týkající se držení zbraní postupně nahrazují nebo již v mnohém nahradily stávající zákon č. [119/2002](#) Sb., o střelných zbraních a střelivu.[1] Změna právní úpravy týkající se zbraní se dotkne celé řady předpisů včetně zákona o regulaci reklamy. Byť je návrh změn v začátcích, není důvodem pro několik málo připomínek a poznatků či srovnání.

Stávající právní úprava reklamy na zbraně a střelivo vychází z § 6 zákona o regulaci reklamy.[2] Pokud interpretujeme stávající zákon, pak reklama na zbraně a střelivo zakázána. Zákon o regulaci reklamy však vymezuje případy, kdy je možno šířit reklamu na střelné zbraně a střelivo. Principiálně je možno šířit reklamu na zbraně a střelivo mezi odborníky a podnikateli v oblasti výroby a prodeje střelných zbraní a střeliva.

Formou šíření je reklama na zbraně a střelivo omezena na prostory, v nichž se střelné zbraně nebo střelivo vyrábí, nabízí, prodává, užívá a vystavuje nebo v nichž dochází k uzavírání smluv na dodávky střelných zbraní a střeliva.

Uvedené se však pravděpodobně změní. Zákon má nově výslovně stanovit pouze ty způsoby šíření reklamy, které jsou zakázány s tím, že ostatní způsoby šíření reklamy jsou dovoleny.

*„Reklama na střelné zbraně a střelivo nesmí být šířena prostřednictvím rozhlasového nebo televizního vysílání anebo periodického tisku, s výjimkou takového vysílání nebo tisku, které jsou zaměřeny na problematiku střelných zbraní a střeliva, a smí být zpracována jen způsobem zachovávajícím respekt k lidskému životu, zdraví a důstojnosti a při důsledném zohlednění základních pravidel bezpečného zacházení se zbraněmi a střelivem.“*

Předpokládá se tedy, že nebude povoleno šíření reklamy prostřednictvím vysílání, rozhlasového i televizního, a periodického tisku, s výjimkou vysílání nebo tisku věcně zaměřeného na problematiku střelných zbraní a střeliva.

Už zde se nabízí otázka, co bude definovat ono „zaměření na problematiku střelných zbraní a střeliv“, když zákon nic takového jako kategorizaci médií dle šířeného obsahu nerozlišuje. Při případné aplikaci v praxi bude velmi nesnadné, ne-li nemožné zdůvodnit, že konkrétní médium je/není zaměřeno na problematiku zbraní a střeliva a je oprávněno reklamou na zbraně a střelivo šířit.

Prostřednictvím jiných forem bude reklama na zbraně a střelivo šířena bez omezení. Je však skutečně žádoucí, aby například prostřednictvím sociálních sítí byla šířena bez omezení reklama na zbraně a střelivo?

Zákonodárce sice pamatuje i na určité omezení podoby reklamy na střelné zbraně a střelivo, kdy navrhuje *„reklama na zbraně smí být zpracována jen pokud respektuje lidský život, zdraví a důstojnost a zásady bezpečného nakládání se zbraněmi a střelivem. Reklama by neměla být návodem nebo zdrojem inspirace pro riskantní způsob nakládání se zbraněmi a střelivem a přispívat tak, třebaže ne cíleně, k možnému ohrožení života nebo zdraví osob.“*

Formulace požadavků je možno označit za vágní. Už formulace „reklama by neměla“ nevkládá příliš jistoty a opory pro regulátory reklamy, ale v důsledku ani pro zadavatele a zpracovatele reklamy. Samozřejmě v případě reklamy na zbraně a střelivo je možno aplikovat obecná ustanovení například zákaz rozporu s dobrými mravy ve smyslu § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, ale určitý vtíravý pocit, že v případě komodity, jakou jsou zbraně a střelivo je přeci jen potřeba pregnantnějšího vyjádření povinností.

Pokud například ve Francii chcete šířit reklamu na zbraně musíte splnit podmínky zákona č. 85-706 ze dne 12. července 1985. Striktnost francouzského zákona se sice míjí se snahou tuzemských zákonodárců o rozvolnění reklamy na zbraně a střelivo, neboť ve Francii je potřeba schválení šíření reklamy ze strany sekretariátu *Commission paritaire des publications et des agences de presse*<sup>[3]</sup>, nicméně některé instituty mohou být inspirativní.

Zákon ve Francii upravuje podmínky, za kterých je možné šířit reklamu na zbraně a střelivo vybraných kategorií. Reklama může obsahovat pouze prezentaci těchto zbraní a základní informace, kterými jsou mimo jiné název zbraně nebo střeliva; charakteristika v podobě typu, ráže, dostřelu, způsobu úderu atd.

Podle článku 3 tohoto zákona lze nabízet k prodeji nebo být předmětem reklamy, pokud zaměření, název a podstatný obsah média se týkají myslivosti, rybářství nebo sportovní střelby.

Tímto opatřením je tedy odstraněna vágnost vymezení periodik, které mohou inzerovat zbraně a střelivo.

**Byť je návrh změn regulace reklamy na zbraně a střelivo v začátcích, není důvodem pro několik málo připomínek a poznatků či srovnání. Uvedená komodita podléhá určitým striktním omezením co do nabývání a lze mít za to, že reklama na zbraně a střelivo by tak měla podléhat i přiměřeným a odpovídajícím omezením.**

**Mgr. Bc. et Bc. Jiří Hadaš, MBA**

---

[1] Např. zákon č. [14/2021](#) Sb., o nakládání se zbraněmi v některých případech ovlivňujících vnitřní pořádek nebo bezpečnost České republiky, nabyt účinnosti 30. ledna 2021.

[2] § 6

Střelné zbraně a střelivo

Reklama na střelné zbraně a střelivo může být šířena jen

- a) odborníkům a podnikatelům v oblasti výroby a prodeje střelných zbraní a střeliva,
- b) v prostorách, v nichž se střelné zbraně nebo střelivo vyrábí, nabízí, prodává, užívá a vystavuje nebo v nichž dochází k uzavírání smluv na dodávky střelných zbraní a střeliva, nebo
- c) v odborných publikacích a periodickém tisku zaměřených obecně na problematiku střelných zbraní a střeliva a v dalších tištěných materiálech určených pro prodejce a držitele střelných zbraní a střeliva.

[3] CPPAP je orgánem zástupců státní správy a odborníků z oblasti tisku mající v kompetenci mimo jiné registraci periodik a tiskových agentur.

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | [www.epravo.cz](http://www.epravo.cz)

## Další články:

- [Právo na přístup ke kamerovým záznamům: střet GDPR, informačního zákona a praxe veřejných institucí](#)
- [Postoupení pohledávky na výživné jako novinka právní úpravy účinné od 1. 1. 2026](#)
- [Jak zahájit provoz mezinárodní letecké linky do České republiky \(EU\): právní požadavky pro aerolinky ze třetích zemí](#)
- [Mimořádné vydržení a vývoj judikatury Nejvyššího soudu](#)
- [Preventivně-sankční funkce náhrady nemajetkové újmy za porušení osobnostních práv pohledem Ústavního soudu](#)
- [Odštěpný závod zahraniční společnosti optikou NIS2: Jak správně určit velikost podniku?](#)
- [Zápis ochranné známky bez komplikací. Klíčem k úspěchu je kvalitní předběžná rešerše](#)
- [Zneužití práva na přístup podle GDPR](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 31. - létající pořizovatel ve světle nového stavebního zákona](#)
- [Právní povaha sítě elektronických komunikací - režim náhrady škody](#)
- [Náhrada ušlého nájemného při předčasném ukončení nájemní smlouvy na nebytové prostory](#)