

26. 1. 2007

VeźmĚte, prosĚme, na vĚdomĚ, Źe text ělĚnku odpovĚdĚ platnĚ prĚvnĚ ťpřavĚ ke dni publikace.

## SmĚ charitativnĚ reklama dĚsit ?

SkuteĚnĚ upřĚmnĚ charitativnĚ ěi sociĚlnĚ reklama je zadĚvĚna tĚmi, kdo kritizovanĚ problĚm velmi silnĚ osobnĚ a emotivnĚ vnĚmajĚ a chtĚli by dosĚhnout toho, aby mlĚicĚ vĚtšina přĚjala jejich pohled za svĚj. A jak jinak poukĚzat na nĚco, co VĚs velmi citovĚ trĚpĚ, nĚ Ź velmi emotivnĚ reklamou ? MŮŹe tedy charitativnĚ, sociĚlnĚ reklama dĚsit, dojmĚt a otrĚsat, kdŹ je to odťvodnĚno dobrĚm ťmyslem a cĚlem ?

<br>

<p class=MsoNormal><a href="mms://netshow.play.cz/epravo/pravnikroku2006.wmv">Přehrajte si videozĚznam <span class=Spelle>galaveĚera PRĚVNĚK ROKU 2006</span> zde</a></p>

PřednĚ odpovĚzme na otĚzku, zda i dobro-ěinnĚ reklama sociĚlnĚ je „reklamou“ ve smyslu zĚkona. OdpovĚď znĚ: byla, jĚ Ź nĚ. ZĚkon o regulaci reklamy totiŹ - narozdĚl od znĚnĚ platnĚho ještĚ před nĚkolika roky - definuje reklamu jako „oznĚmenĚ, předvedenĚ ěi jinou prezentaci šířenou zejmĚna komunikaěnĚmi mĚdiĚ, majĚcĚ za cĚl podporu podnikatelskĚ ěinnosti, zejmĚna podporu spotřĚby nebo prodeje zboŹĚ, vĚstavby, pronĚjmu nebo prodeje nemovitostĚ, prodeje nebo vyuŹitĚ prĚv nebo zĚvazkŹ, podporu poskytovĚnĚ sluŹeb, propagaci ochrannĚ znĚmkŹ...“

ZĚkon se tedy na tento druh reklamy nevztahuje. Ale - a to je velmi zajĚmavĚ - EtickĚ kodex Rady pro reklamu na charitu stĚle dopadĚ ! StanovĚ totiŹ, Źe reklamou se rozumĚ proces komerěnĚ komunikace, provĚdĚnĚ za ťhradu jakĚmkoliv podnikatelskĚm subjektem nebo jinĚm subjektem jednĚjĚcĚm v jeho zĚjmu, jehoŹ ťĚelem je poskytnout spotřĚbiteli informace o zboŹĚ a sluŹbĚch (dĚle jen „produkt“) i ěinnostech a projektech charitativnĚ povahy. (...) Pojem reklama podle Kodexu se přĚmĚřenĚ pouŹije i na inzerci provĚdĚnou nekomerěnĚmi subjekty i tĚmi, kdo jednĚjĚ z jejich povĚřenĚ.“

MyslĚm, Źe vzniklĚ stav je docela ideĚlnĚ: v charitativnĚ ěi sociĚlnĚ reklamĚ mŮŹete mĚt problĚmy s etikou, ale nemĚli byste mĚt problĚmy se zĚkonem.

Pokud jde o přĚstup Rady pro reklamu, je třeba řĚci, Źe je chvĚlyhodnĚ konzistentnĚ jĚ Ź celĚ roky. Rada pro reklamu bez vĚjimek trvĚ na pravidlu, Źe ani chvĚlyhodnĚ cĚl reklamy neospravedlŹuje drĚsavĚ, srdcervoucĚ ěi podobnĚ neetickĚ reklamnĚ prvky. ChvĚlyhodnost tohoto přĚstupu nespoěívĚ v tom, Źe je snad jedinĚ sprĚvnĚ, ale předevšĚm v tom, Źe je trvalĚ a platĚ pro vřechny, takŹe se s nĚm dĚ při tvorbĚ tĚchto kampanĚ dĚbřĚ poěĚtat.

Tento přĚstup vznikl nad reklamnĚ kampanĚ pro Nadaci pro transplantaci kořnĚ dřĚnĚ, kterĚ byla zaloŹena na nesmĚrnĚ dojemnĚm louěenĚ nemocnĚch se svĚmi vĚcmĚ, koěkami a přĚbuznĚmi - a kdŹ Ź kampanĚ prohlĚsila Rada za neetickou, vzbudilo to velkou diskusi a znaěnĚ nesouhlas. Argumenty na obou stranĚch jsou pťsobivĚ: jistĚ je pravda, Źe pokud ta reklama zachrĚnila jeden lidskĚ Źivot, stĚla za to. A jistĚ je tĚŹ pravda, Źe dopustĚte-li reklamnĚ zĚvody v dojmĚnĚ a otrĚsĚnĚ, vře postupnĚ zevřednĚ a přĚstane fungovat.

BritskĚ reklamnĚ kampanĚ na kdejakou charitu a napřĚklad znĚmĚ britskĚ sĚrie na zamĚřenĚ na řĚdiěskou odpovĚdnost jsou pro neokoralĚho divĚka nesmĚrnĚ silnĚ a pťsobivĚ. Besip by je s ohledem na vĚře uvedenĚ přĚstup Rady pro reklamu prostĚ nemohl vysiĚlat. V londĚnskĚ hospodĚ ale zjistĚte, Źe dĚvno nikoho nezajĚmajĚ: stojĚ totiŹ v řadĚ dalřĚch pťsobivĚch a emotivnĚch reklam - na hladovĚ dĚti a opuřtĚnĚ zvĚřata a narkomany a osamĚlĚ dťchodce, kterĚ VĚs vřechny tak chytajĚ za srdce...

JenŹe pořadĚ tĚch, kterĚ konajĚ dťleŹitĚjřĚ dobro a proto by mĚli mĚt přednostnĚ prĚvo otrĚsat divĚky, stanovit nelze, a kdŹ Ź k tĚto metodĚ sĚhnou vřichni, divĚkovi nezbĚvĚ nĚ Ź jĚ přĚstat vnĚmat. PřĚstup

české rady má tedy své opodstatnění.

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

## Další články:

- [Odpovědnost zaměstnavatele a zaměstnance v souvislosti s využitím umělé inteligence](#)
- [Nový návrh zákona o platformové práci - 2. díl: Redefinice závislé práce](#)
- [Druhá „tlačítková novela“: povinné tlačítko pro odstoupení od smlouvy](#)
- [JIŘÍ HARNACH - VEŘEJNÉ ZAKÁZKY LIVE! - ČERVEN 2026](#)
- [Souhlas s veřejným užíváním pozemku jako překážka nároku na bezdůvodné obohacení - nález Ústavního soudu sp. zn. I. ÚS 2541/25](#)
- [10 otázek pro ... Marka Šmůlu](#)
- [Souhrn významných událostí ze světa práva](#)
- [Home office v Česku, Německu a Rakousku: je česká právní úprava práce na dálku dostatečně flexibilní?](#)
- [Kupní smlouva bez přesného určení kupní ceny](#)
- [Sdílení elektřiny v obecních projektech, změny po 1.8.2026 a zapojení bateriových úložišť](#)
- [Postoupení pohledávky na náhradu škody v pracovněprávních vztazích](#)