

# ABSTRAKT

**Východiska:** Reklama na alkoholické nápoje je bezpochyby kontroverzní téma v rámci několika odvětví, o to více v dnešní medializované době. Česká republika patří mezi státy s nejvyšší spotřebou alkoholu na světě a není tajemstvím, že se pyšní alkoholickým nápojem jako národním symbolem. Reklamě na alkohol a jejím dopadům na společnost však není věnováno tolik pozornosti a mohou vznikat spekulace, domněnky či se dokonce šířit nepravdivé informace. Právní úpravy reklamy na alkohol se v jednotlivých státech mohou lišit a mohou mít různé dopady nejen na spotřebu alkoholu v daném státě, ale působit tak i jako jeden z důležitých faktorů pro rizikové užívání alkoholu s potenciálním vznikem závislosti.

**Cíle:** Cílem této práce je analyzovat a následně srovnat dle předem zvolených kritérií znění právních předpisů s ohledem na spotřebu alkoholu ve vybraných státech EU, posoudit jejich dostatečnost na základě získaných poznatků vlivu reklamy na spotřebu alkoholu a navrhnout vhodné zlepšení pro ČR. Cílem práce je též ověřit vliv regulací reklamy na alkohol vůči spotřebě alkoholu v populaci.

**Metody:** K dosažení cílů byla provedena rešerše právních norem, výročních zpráv, statistik a studií za pomoci odborných databází a klíčových slov. Ta byla provedena převážně v anglickém jazyce. Pomocí kvalitativně-interpretativní analýzy pak byla provedena komparace právních úprav reklamy na alkohol u vybraných států Evropy za předem stanovených kritérií.

**Výsledky:** Státy s celkovým zákazem či rozsáhlými restrikcemi reklamy na alkohol mají nižší celkovou spotřebu alkoholu na osobu, naopak státy s liberálnějším přístupem mají spotřebu vyšší. Vyplývá z toho potenciální souvislost a fakt, že reklama na alkohol v podobě, ve které je legální a je podávána v České republice je příliš benevolentní a česká populace je vystavená vyšším rizikům spojeným se všudypřítomnou reklamou. Zákony, které definují zákazy a omezení reklamy na alkohol jsou obecně neuspokojivé a vzájemně si protirečí.

**Závěr:** Je žádoucí více edukovat příslušné orgány o dané problematice a rozsahu i dopadu působení návykových látek. Rozsah právní úpravy reklamy na alkohol není v České republice v porovnání s ostatními státy dostatečný. Úprava reklamy na alkohol obsahuje pouze nařízení v rámci Směrnice evropského parlamentu a rady (EU) 2018/1808. Zákony by měly být doplněny o další právní restrikce, které pomohou zamezit negativním vlivům vystavení populace reklamě na alkohol. Návrh restrikcí po vzoru ostatních států, případně kompletního zákazu reklamy na alkohol by napomohlo k plnění cíle Akčního plánu, snížení spotřeby alkoholu a rizikových vzorců užívání z médií.

**Klíčová slova:** reklama, média, alkohol, vliv reklamy, regulace reklamy