

13. 3. 2018

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

Užití náboženských symbolů a postav v reklamě - Ježíš a Marie v reklamě na oblečení

V dnešní době rostoucího trendu tzv. politické korektnosti se advokátní kanceláře i soudy stále častěji dostávají do oblasti konfliktu svobody projevu s právem na nedotknutelnost osoby a jejího soukromí, právem na ochranu dobré pověsti a jména osoby a v neposlední řadě také řeší konflikt svobody projevu a veřejné mravnosti. Do poslední zmíněné oblasti také spadá problematika užití náboženských symbolů a náboženských postav pro reklamní či obdobné účely, která může být zdrojem intenzivních sporů mezi církvemi, resp. náboženskými společnostmi či skupinami osob a společnostmi obchodními, přičemž pro rozhodování těchto sporů nemají místní soudy zkušenosti ani relevantní podklady.



Případ Sekmadienis Ltd v Litva (69317/14)

Ukázkovým případem výše zmíněného sporu je spor oděvní společnosti Sekmadienis Ltd proti Litvě, který se dostal až před Evropský soud pro lidská práva ve Štrasburku, který v tomto případě rozhodl 30. ledna 2018.

V září roku 2012 spustila litevská oděvní společnost Sekmadienis Ltd reklamní kampaň, ve které byli vyobrazeni model a modelka jako zjevné zpodobnění Ježíše a Panny Marie, přičemž oba modelové byli potetovaní, Panna Marie měla věnec a růženec a Ježíš byl oblečen pouze do riflí. V reklamě byly navíc použity titulky jako „Ježíši, to jsou teda kalhoty!“, „Maria, co to máš za šaty?!“ a „Ježíš, Maria, co to máš na sobě?!“.

Několik jedinců podalo stížnost ke Státnímu úřadu pro ochranu práv spotřebitelů (SÚOPS), který se následně obrátil Litevskou reklamní agenturu, samosprávný orgán složený z odborníků pro oblast reklamy. Litevská reklamní agentura v reakci na podnět prohlásila, že „věřící jsou na jakémkoliv užití náboženských symbolů a náboženských postav v reklamě velmi citliví, a že tímto postupem obchodní společnost porušila Etický kodex Litevské reklamní společnosti“. SÚOPS se poté obrátil ještě na Litevskou biskupskou konferenci, která je v Litvě autoritou v oblasti římskokatolické církve s žádostí o vyslovení jejího názoru. Litevská biskupská konference se vůči takovému užití silně vyhradila a uvedla: „Degradace a zkreslování náboženských symbolů (a postav) prostřednictvím úmyslné změny jejich významu je v rozporu s veřejnou mravností, zejména, pokud se tak děje za účelem obchodního zisku.“

V březnu 2013 SÚOPS rozhodl, že zmíněná reklama skutečně směřovala k narušení veřejné

mravnosti, čímž se obchodní společnost dopustila porušení Zákona o reklamě. Společnosti Sekmadienis Ltd byla uložena pokuta ve výši 2.000 Litevských litas (cca 14.600 Kč). Oficiální vyjádření SÚOPS znělo:

„Nevhodné vyobrazení Ježíše Krista a Panny Marie ve zmíněné reklamě podněcuje lehkomyšlný přístup k etickým základům křesťanské víry a propaguje způsob života, který je v rozporu s principy věřících osob.“

SÚOPS došel k závěru, že respekt k náboženské víře je jedna z právem chráněných hodnot spadajících do pojmu veřejné mravnosti, a tudíž neúcta k náboženství (včetně náboženských symbolů a postav) je v rozporu s veřejnou mravností.

Oděvní společnost se následně odvolala ke správnímu soudu, který návrh zamítl, a stejného výsledku dosáhla společnost i před litevským Nejvyšším správním soudem, který své rozhodnutí odůvodnil následovně:

„Symboly náboženské povahy jsou jedním z pilířů systému duchovních hodnot jedince i společnosti, tudíž jejich nevhodné užití a ponižování je v rozporu s obecně uznávanými morálními a etickými normami.“

Oděvní společnost se poté rozhodla domáhat svých práv u Evropského soudu pro lidská práva.

Rozhodnutí ESLP

Společnost tvrdila, že rozhodnutí státních orgánů bylo v rozporu se svobodou projevu, a tudíž byla uložena pokuta neoprávněná. ESLP vyjádřil určité pochybnosti, zda oděvní společnost mohla nebo nemohla předvídat porušení ustanovení Zákona o reklamě, které zakazuje reklamní sdělení narušující veřejnou mravnost, zejména když byl tento zákon později novelizován a novela, mimo jiné, zakázala reklamu, která explicitně opovrhne náboženskými symboly.

ESLP uznal, že zásah státních orgánů sledoval legitimní cíl ochrany hodnot plynoucích z křesťanské víry a také ochranu práva věřících osob na zdržení se jakýchkoliv urážek na základě náboženského vyznání. ESLP rovněž uznal, že svoboda projevu s sebou také nese povinnosti a váže se na ní odpovědnost. V kontextu náboženských symbolů tyto povinnosti spočívají ve zdržení se jakéhokoliv vyjádření těchto symbolů, které by je znevažovalo nebo znehodnocovalo, a tím pohoršovalo ostatní. Soud však napadenou reklamu neshledal ofenzivní nebo rouhavou, neboť nepodněcovala nenávisť vůči křesťanské víře. Bylo povinností litevských soudů a úřadů dodat relevantní a postačující důkazy k prokázání toho, proč a jakým způsobem je napadená reklama v rozporu s veřejnou mravností.

Litevské autority však neunesly důkazní břemeno, ESLP shledal jejich důkazy jako „neurčité, vágní a dostatečným způsobem neprokazující ohrožení veřejné mravnosti napadenou reklamou“. Rovněž nesprávně vyhodnotily použité jazykové obraty, které byly užity v souvislosti s běžným vyjadřováním litevských občanů, a nikoliv jako přímé narážky na náboženství.

Stanovisko SÚOPS, kterým úřad společnost obvinil z toho, že „propaguje způsob života, který je v rozporu s principy věřících osob“, soud shledal neopodstatněné z důvodu absence vysvětlení, o jaký životní styl se jedná a jak ho reklama propaguje, nebo proč je životní styl, který je v rozporu s principy věřících osob, nutně narušením veřejné mravnosti. ESLP také kritizoval fakt, že jediná církev, se kterou místní autority celou záležitost projednaly, byla římskokatolická církev, přičemž ostatní náboženské celky byly opomenuty.

Soud znovu uvedl, že napadená reklama nebyla dostatečně ofenzivní nebo urážlivá. Fakt, že přibližně 100 jedinců podalo stížnost k úřadům, sám o sobě neospravedlňuje uložení pokuty oděvní společnosti. Ani pokud by byla urážena většina litevské společnosti, jak uvedla litevská vláda, práva menšin nemohou být závislá na názorech akceptovaných většinou.

ESLP tudíž dospěl k závěru, že došlo k porušení svobody projevu oděvní společnosti Sekmadienis Ltd, neboť místní soudy nesprávně vyhodnotily konflikt ochrany veřejné mravnosti (a práv věřících lidí) a svobody projevu, kterou oděvní společnost uplatňovala.

Soud shledal, že pokuta představovala zásah do práva na svobodu projevu, který nebyl v souladu se zákonem, který nadto musí být předvídatelný a jeho obsah jasný svým adresátům. Koncept mravnosti je široký a nelze být definován zákonem, mění se v čase a v návaznosti na změně společnosti. Národní legislativa tak nemůže podat vyčerpávající definici jednání, která narušují veřejnou mravnost (Kudrevičius and Others v. Lithuania [GC], no. 37553/05). Případ stěžovatele byl první, který řešil koncept veřejné morálky při užití náboženských symbolů v reklamě. Zásah nebyl nezbytný v demokratické společnosti. Svoboda projevu chrání i projevy, které mohou urážet, šokovat či zneklidňovat. Svoboda projevu chráněná čl. 10 Úmluvy podléhá výjimkám, které jsou definována restriktivně a musí být jednoznačně odůvodněna (viz. Von Hannover proti Německu (č. 2); Bédat proti Švýcarsku; Satakunnan Markkinapörssi Oy a Satamedia). Při ohodnocení je nutno zkoumat, zda národní autority sledovaly legitimní cíl výjimek ze svobody projevu a kritéria jsou v souladu s principu čl. 10 Úmluvy (viz. Mouvement raëlien Suisse; Morice proti Francii; Medžlis Islamske Zajednice Brčko and Others proti Bosně a Hercegovině).

Kritéria k ohodnocení svobody projevu ve vztahu k náboženství byly předmětem rozhodování ve věci Wingrove, Murphy proti Irsku. Ve vztahu k reklamě ve věci Markt intern Verlag GmbH and Klaus Beermann proti Německu či Mouvement raëlien Suisse. Neopodstatněná urážka pak předmětem ve věci Otto-Preminger-Institut proti Rakousku, Murphy, Í.A. proti Turecku, Giniewski proti Francii.

Závěr

Tento případ je výbornou ukázkou toho, do jaké míry může anebo má být omezena svoboda projevu v situaci, kdy se na základě projevu dojde k urážce skupiny osob. Odpověď ESLP je jasná a jednoznačná: skutečnost, že se nějaká skupina osob cítí dotčena nebo urážena, není sama o sobě ospravedlňujícím prvkem pro uložení sankce. Národní autority daly neodůvodněně přednost citění věřících před svobodou projevu. Nelze uzavřít, že ti, co jsou věřící by apriori měli být uráženi a vycházet tak jen z příslušnosti k víře. Ochrana pocitů menšiny, eventuálně většiny, není sama o sobě postačujícím důvodem pro omezení svobody projevu, a to ani v případě reklamy. Nic na tom nemění fakt, že se jednalo o sdělení za komerčním účelem. Zásah do této svobody je ospravedlnitelný pouze za situace, kdy je tento projev urážlivý, nebo když směřuje k podněcování nenávisti vůči skupině osob na základě náboženského vyznání.

Odkaz na rozsudek - k dispozici >>> [zde](#).



Bohdan Chrenovský,
paralegal



JUDr. Eva Ondřejová, LL.M., PhD.,
advokátka

[Advokátní kancelář ONDŘEJOVÁ](#)

Příčná 8
110 00 Praha 1

Tel.: +420 777 086 287

e-mail: eva.ondrejova@ondrejova.cz

© EPRAVO.CZ - Sbíрка zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Zneužití práva na přístup podle GDPR](#)
- [Doručování soudních písemností ze zahraničí do ČR](#)
- [Novinky z české a evropské regulace finančních institucí za měsíc únor 2026](#)
- [Digital Fairness Act a influencer marketing - cesta ke konci roztržitosti regulace?](#)
- [Novinky z české a evropské regulace finančních institucí za měsíc leden 2026](#)
- [IATA Travel & Cargo akreditace v letectví - v čem spočívají její výhody?](#)
- [Digital Omnibus o AI: návrh nařízení o zjednodušení pravidel pro umělou inteligenci](#)
- [Rozhodčí nálezy vydané ruskými rozhodčími soudy a jejich uznání a výkon na území EU](#)
- [Environmentální tvrzení společností v hledáčku EU: Jak se vyhnout greenwashingu a obstát v nové regulaci?](#)
- [AIFMD II v České republice: Schvalovací proces a co čeká investiční společnosti](#)
- [Novinky z české a evropské regulace finančních institucí za měsíc prosinec 2025](#)