

12. 8. 2009

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

## Zobrazení lidí v reklamě

Je nepochybným faktem, že lidskou pozornost mimořádně přitahují tzv. celebrity, ať už společenské, kulturní nebo třeba sportovní. A protože základním předpokladem reklamy je rovněž "přitahování pozornosti publika", je logické, že tyto dva světy musejí nacházet své průsečíky. Jak se na takovou reklamní „exploataci“ lidí v reklamě dívá právo ?

JUDr. Filip Winter

advokátní kancelář

Předně - pro účely reklamy bude vždy platit, že osoba, která má v reklamě účinkovat nebo jejíž jiný "projev osobní povahy" má být v reklamě využit, musí s takovým účinkováním předem souhlasit, ať už se jedná o sportovce, herce či běžného smrtelníka. Ochrana se týká např. zobrazení podobizny, zveřejnění obrazových či zvukových záznamů, vlastního jména, dopisů či jiných projevů osobní povahy. Toto ustanovení samozřejmě vylučuje pořizování jakýchkoliv záznamů skrytou kamerou či obdobným způsobem, nemluvě již o jejich užití v reklamě, bez předchozího souhlasu dotčené fyzické osoby.

Svolení s užitím záznamu může být dáno ústně i písemně. Odměna za souhlas s pořizováním záznamu a jeho použitím v reklamě může i nemusí být sjednána. Ochrana osobnosti končí fakticky ve chvíli, když již dotčená nežijí děti, manžel ani rodiče dotčené osoby - v tu chvíli se stává „historickou“ osobou.

Pro stanovení hranice mezi projevem osobní povahy (jehož zachycení a užití vyžaduje předchozí souhlas dle občanského zákoníku) a uměleckým výkonem (jehož zachycení a užití se řídí autorským zákonem) je důležité zvážit, zda se jedná o projev existující osobní povahy anebo o výsledek tvůrčího úsilí, tedy tvorby čehosi nového a ve vztahu k realitě umělého. Podle této - samozřejmě podpůrné - definice je pořizování reklamní fotografie dívčího obličeje pořizováním podobizny ve smyslu občanského zákoníku, avšak zachycení téže dívky, předvádějící taneční kreaci, je již záznamem tzv. výkonu výkonného umělce a podléhá autorskému zákonu.

Výjimky, kdy zákon připouští pořizování a použití projevu osobnosti bez jejího souhlasu, nebudou pravděpodobně v reklamním průmyslu přicházet do úvahy. Jde o účely umělecké a zpravodajské, které lze naplňovat i bez souhlasu dotčených osob. Reklama je definována podle cíle, který sleduje. Je-li primárním a zamýšleným cílem jakékoliv prezentace podpora prodeje, jedná se o reklamu. Tam pak platí bezvýjimečně pravidla uvedená výše.

Jsou-li podstatou a cílem využití obrazu či fotografie známého sportovce účely umělecké, jsou právní omezení zcela jiná než u reklamy. Uměleckým využitím je svobodná tvorba malířská, fotografická či jiná a také její prezentace veřejnosti; k běžným znakům skutečně umělecké prezentace patří osoba nezávislého kurátora výstavy a pořádání výstavy uměleckým, galerijním či obdobně zaměřeným spolkem. Nutná umělecká svoboda nemůže být přirozeně omezována a cenzurována. Z toho vyplývá, že i například zcela konkrétní, žijící fotbalista může být umělecky ztvárněn a tato díla mohou být veřejně vystavena bez jeho souhlasu. Ale pozor ! Jakmile byste vzali obraz známého fotbalisty, namalovaný jeho ctitelkou malířkou, a umístili jej do reklamy (byť se souhlasem autorky), nejedná se již o cíle umělecké, ale obchodní. A fotbalistův souhlas bude rázem nutný.

## **JUDr. Filip Winter**

Na Příkopě 25,  
110 00 Praha 1

tel.: + 420 221 967 210  
e-mail: office.akwinter.cz

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

## **Další články:**

- [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?](#)
- [10 otázek pro ... Barboru Paclíkovou](#)
- [Souhrn významných událostí ze světa práva](#)
- [Zápis ochranné známky bez komplikací. Klíčem k úspěchu je kvalitní předběžná rešerše](#)
- [Zneužití práva na přístup podle GDPR](#)
- [Proč musí obhájce u soudu mlčet?](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 31. - létající pořizovatel ve světle nového stavebního zákona](#)
- [Velké tápání okolo švarcsystému](#)
- [SCHEJBAL& PARTNERS stáli u získání jedné z prvních licencí dle MiCA v ČR](#)