

STANISŁAW DZIWIŚ

GŁOSA DO WYROKU EUROPEJSKIEGO TRYBUNAŁU PRAW
CZŁOWIEKA Z DNIA 30 STYCZNIA 2018 ROKU W SPRAWIE
SEKMADIENIS LTD. PRZECIWKO LITWIE (SKARGA NR 69317/14)

Przedmiotem glosy jest wyrok Europejskiego Trybunału Praw Człowieka wydany 30 stycznia 2018 r. w sprawie *Sekmadienis Ltd. przeciwko Litwie*. Trybunał orzekł, że skazanie Spółki na grzywnę, w związku z prowadzoną kampanią reklamową wykorzystującą do celów komercyjnych przedmiot czci religijnej, stanowiło naruszenie art. 10 Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności.

1. STAN FAKTYCZNY

Litewska spółka *Sekmadienis Ltd.* prowadziła we wrześniu i w październiku 2012 r. kampanię reklamową przedstawiającą linię odzieży zaprojektowanej przez R. Kalinkinasa, w ramach której na tablicach reklamowych w Wilnie umieszczono trzy plakaty. Pierwszy z nich ukazywał młodego mężczyznę o długich włosach z opaską na głowie, ubranego w dżinsy. W dolnej części plakatu znajdował się napis: „Jezu, jakie spodnie!”. Na drugiej reklamie, przedstawiającej młodą kobietę w sukience znajdował się napis: „Matko Boska, co za sukienka!”. Obie postacie przedstawiała trzecia reklama, która opatrzona była napisem „Jezus, Maria, co masz na sobie”. Na każdej z reklam zarówno głowę mężczyzny, jak i kobiety otaczał nimb¹. Powyższe reklamy zamieszczone zostały również na stronie internetowej projektanta.

Dr STANISŁAW DZIWIŚ – doradca ekonomiczny w Najwyższej Izbie Kontroli, ul. Głowackiego 30/19, 30-085 Kraków; e-mail: stanislawdziwisz@poczta.fm

¹ Rodzaj świetlistego otoku wokół głów przedstawianych na obrazach postaci boskich lub świętych.

Litewski Państwowy Urząd Ochrony Praw Konsumentów [dalej: SCRPA], w związku z otrzymanymi skargami wskazującymi, że przedmiotowe reklamy są obraźliwe dla osób religijnych, zwrócił się do Litewskiej Agencji Reklamowej [dalej: LAA] o opinię. LAA stwierdziła, że reklamy naruszyły przepisy Kodeksu Etyki Reklamowej i mogą być postrzegane jako poniżające przez osoby wierzące. SCRPA przekazała otrzymane skargi i opinię LAA Państwowej Inspekcji ds. Produktów Nieżywnościowych (Valstybinė ne maisto produktų inspekcija), która stwierdziła, że w powyższych reklamach symbole religijne zostały użyte w sposób nieodpowiedni, a same reklamy mogą obrażać uczucia religijne osób wierzących. W ocenie Inspektoratu wykorzystanie przedmiotów czci religijnych w reklamach w sposób nieodpowiedni (w szczególności bez należytego szacunku) jest sprzeczne z moralnością publiczną i może stanowić naruszenie art. 4 § 2 ustawy z dnia 18 lipca 2000 r. o reklamie². W styczniu 2013 r. SCRPA wystąpiła o opinie na temat reklam do Konferencji Episkopatu Litwy, która stwierdziła, że reklamy zawierają wizualne i pisemne odniesienia do religijnych przedmiotów sakralnych oraz postaci Chrystusa i Maryi. Zaznaczyła, że zniekształcenie symboli religijnych, polegające na celowym zmienieniu ich znaczenia jest sprzeczne z moralnością publiczną, zwłaszcza, gdy jest dokonywane w celu osiągnięcia korzyści handlowych. Dnia 21 marca 2013 r. SCRPA uznała, że spółka swoją kampanią reklamową naruszyła art. 4 § 2 ustawy o reklamie, gdyż, jak stwierdziła, za niemoralną i niedopuszczalną należy uznać reklamę, która może poniżyć ludzi z powodu ich wiary, przekonań lub opinii oraz wykorzystuje imię Boga w celach komercyjnych. Zaznaczyła także, iż dowodem na wywołanie przez reklamy poczucia obrazy uczuć religijnych są otrzymane przez SCRPA i Konferencję Episkopatu Litwy skargi. SCRPA nałożyła na spółkę Sekmadienis Ltd. grzywnę w wysokości 2000 litewskich litów (ok. 580 euro).

Spółka wniosła skargę na decyzję SCRPA do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Wilnie, w której podnosiła, że osoby i przedmioty pokazane w reklamach nie były związane z symbolami religijnymi, a użyte wyrażenia „Jezus” i „Matko Boska” są powszechnie stosowane w języku potocznym, jako wykrzykniki emocjonalne. Wojewódzki Sąd Administracyjny w Wilnie oddalił skargę, uznając, że SCRPA dokonała prawidłowej oceny. Spółka złożyła skargę do Naczelnego Sądu Administracyjnego, przytaczając argumenty analogiczne do przedstawionych w skardze do WSA. W kwietniu 2014 r. NSA oddalił skargę, stwier-

² Law on advertising, No. VIII-1871 (as last amended on 25 June 2015 – No. XII-1885), [w:] <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/dd69e1e2a58711e59010bea026bdb259?jfwid=q86m1vrel> [dostęp: 3.12.2018].

dzając, że symbole religijne zajmują ważne miejsce w systemie wartości duchowych zarówno jednostki, jak i społeczeństwa, dlatego ich niewłaściwe użycie jest sprzeczne z powszechnie akceptowanymi normami moralnymi i etycznymi. W listopadzie 2014 r. NSA odmówił wznowienia postępowania, stwierdzając, że kwietniowa decyzja nie ograniczała wolności słowa, ale przyznała pierwszeństwo moralności publicznej. Dnia 20 października 2014 r. spółka Sekmadienis Ltd. wniosła do Europejskiego Trybunału Praw Człowieka skargę przeciwko Republice Litewskiej³.

2. RAMY PRAWNE

Trybunał, zakreślając tło prawne osądu, poza art. 10 Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności⁴ powołał również przepisy Konstytucji Republiki Litewskiej, która gwarantuje wolność przekonań i swobodę ich wyrażania (art. 25) oraz wolność myśli, sumienia i religii (art. 26)⁵. Wskazał, że stosownie do art. 28 litewskiej ustawy zasadniczej każdy, kto realizuje swoje prawa i korzysta z wolności, musi przestrzegać Konstytucji i prawa Republiki Litewskiej oraz nie może ograniczać praw i wolności innych ludzi. Przytoczył również przepis art. 4 § 2 pkt ustawy o reklamie, zgodnie z którym reklama zostanie zabroniona, jeżeli narusza moralność publiczną, a od 1 sierpnia 2013 r. również gdy wyraża pogardę dla symboli religijnych zarejestrowanych na Litwie wspólnot religijnych. Zaznaczył również, że reklamy, zgodnie z Kodeksem Etyki Reklamy, nie mogą zawierać stwierdzeń lub wizualizacji naruszających ludzką godność i obrażających uczucia religijne.

3. STANOWISKO TRYBUNAŁU

W wydanym 30 stycznia 2018 r. wyroku⁶ Trybunał uznał, że nałożona na skarżącą spółkę grzywna stanowiła ingerencję w jej prawo do wolności ekspresji.

³ Skarga nr 69317/14.

⁴ Konwencja o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności sporządzona w Rzymie dnia 4 listopada 1950 r., zmieniona następnie Protokołami nr 3, 5 i 8 oraz uzupełniona Protokołem nr 2, Dz. U. z 1993 r. Nr 61, poz. 284 z późn. zm. [dalej cyt.: Konwencja lub EKPC].

⁵ Lietuvos Respublikos piliečių priimta 1992 m. spalio 25 d. referendumo; tekst polski w: *Konstytucja Republiki Litewskiej*, tłum. H. Wisner, Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe 2006.

⁶ Wyrok ETPC z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie Sekmadienis Ltd. przeciwko Litwie (skarga nr 69317/14), LEX nr 2433054.

W ocenie Trybunału, pomimo iż ustawa o reklamie, w brzmieniu obowiązującym w chwili prowadzenia przez Spółkę kampanii, nie zawierała wyraźnego zakazu reklam wyrażających „pogardę dla symboli religijnych”⁷, to ingerencja była uzasadniona, gdyż podjęta została w celu ochrony moralności publicznej. Odnosząc się natomiast do konieczności zastosowanego środka, Trybunał uznał, że władze krajowe nie zachowały właściwej równowagi pomiędzy ochroną moralności publicznej i prawami religijnymi a wolnością słowa, nadając absolutny prymat ochronie uczuć religijnych. Tym samym doszło do naruszenia art. 10 Konwencji.

4. OCENA WYROKU

W glosowanym wyroku Trybunał zwrócił uwagę, że władze krajowe, już po nałożeniu na spółkę grzywny, odczuwały potrzebę zmiany ustawy o reklamie w celu wyraźnego wskazania zakazu reklamy wyrażającej pogardę dla symboli religijnych, co może sugerować, że ingerencja ta nie była wystarczająco przewidywalna w prawie krajowym. Bezsporne jest, iż litewski kodeks karny nie penalizuje obrazy uczuć religijnych, a obowiązująca w trakcie prowadzenia kampanii ustawa o reklamie nie zakazywała jeszcze reklam wyrażających pogardę dla symboli religijnych. Zakaz zawierania stwierdzeń lub wizualizacji obrażających uczucia religijne znajdował się natomiast w Kodeksie Etyki Reklamy, przy czym nie ma on charakteru powszechnie obowiązującego prawa i tym samym nie mógł stanowić podstawy prawnej dla ingerencji państwa. Trybunał stwierdził jednak, że spełniona została przesłanka formalna w postaci wymogu ustawowej podstawy ograniczenia, gdyż celem ingerencji była ochrona moralności, a art. 4 § 2 pkt ustawy o reklamie zabraniał reklam naruszających moralność publiczną. Na tej podstawie Trybunał uznał, że ingerencja była przewidziana przez prawo w rozumieniu art. 10 ust. 2 EKPC. Już na wstępie należy zauważyć, że tak określona podstawa prawna ingerencji powoduje wątpliwości związane z ogólnym charakterem pojęcia moralności. Powołując się na przepis penalizujący obrazę uczuć religijnych (gdyby takowy obowiązywał), należałoby wykazać, że zachowanie, przy uwzględnieniu obiektywnych kryteriów, naruszało wolność religijną konkretnych osób, obrażając ich uczucia religijne. W przypadku przesłanki moralności pu-

⁷ Artykuł 4 ust. 2 ustawy o reklamie, wskazujący jakie reklamy są zabronione został zmieniony w dniu 1 sierpnia 2013 r., przez dodanie punktu 10 w brzmieniu: „wyraża pogardę dla symboli religijnych zarejestrowanych na Litwie”.

blicznej skutki muszą mieć społeczny wymiar, tj. dane zachowanie musi być powszechnie nieakceptowalne i mieć negatywne skutki dla ogółu społeczeństwa.

Uznając, że spełniona została przesłanka formalna wprowadzenia ograniczenia, dla stwierdzenia zasadności ingerencji państwa konieczne jest rozstrzygnięcie, czy wystąpiła przesłanka materialna dla ograniczenia wolności, którą w tym przypadku jest ochrona moralności. Należy więc rozstrzygnąć, czy reklamy obrażały uczucia religijne, a następnie, czy wykorzystanie symboli religijnych w sposób obrażający uczucia religijne części społeczeństwa jest sprzeczne z moralnością publiczną.

Trybunał słusznie wskazał, że do władz krajowych należało przedstawienie istotnych i wystarczających powodów dla zastosowania ingerencji, a więc udowodnienie, że przedmiotowe reklamy naruszały moralność publiczną. Rozważając przedstawione przez władze krajowe argumenty mające uzasadnić ingerencje, Trybunał dokonał oceny przedmiotowych reklam. Wskazał, że sposób przedstawienia modeli w reklamach wykazuje podobieństwo do postaci Jezusa i Maryi. W tym zakresie należy za błędny uznać wywód sędziego De Gaetano, który w zdaniu odrębnym wyraził pogląd, iż sposób przedstawienia postaci (choćby ze względu na tatuaże) nie nawiązuje do ukształtowanego wizerunku Jezusa i Maryi Panny. Stylizacja postaci, napisy na plakatach, a w szczególności dodanie symbolizujących świętość prezentowanych postaci świetlistych otoków wokół ich głów (nimbów), nie mogą budzić wątpliwości, że nawiązanie do postaci Jezusa i Maryi Panny jest nie tylko oczywiste, ale również zamierzone. Tatuaże, które według sędziego są dowodem na brak podobieństwa do historycznego wizerunku Jezusa i Maryi Panny, są kolejnym elementem symboliki chrześcijańskiej. Model ma wytatuowane krzyże na rękach, a na ramionach splot przypominający koronę cierniową (nawiązaniem do niej jest również opaska umieszczona na czubku jego głowy). Modelka na prawym ramieniu ma tatuaż przedstawiający serce przebite sztyletem – symbol Niepokalanego Serca Maryi, będącego przedmiotem czci religijnej w Kościele katolickim⁸. Dodatkowo na jednej z reklam sposób ułożenia modeli nawiązuje do sposobu przedstawiania w sztukach plastycznych Matki Boskiej trzymającej na kolanach martwego Jezusa Chrystusa (Pietà).

Zdaniem ETPC przedmiotowe reklamy nie były bezpodstawnie obraźliwe lub profanujące, nie podlegały do nienawiści na tle religijnym oraz nie atakowały religii w sposób nieuzasadniony. Trybunał zaznaczył jednak, że nie można wykluczyć, iż wyrażenie, które nie jest obraźliwe, może mieć w pewnych okolicznościach cha-

⁸ W analogiczny sposób przedstawione zostało serce Maryi na obrazach autorstwa m.in. Leopolda Kupelwiesera czy Johanna Burgaunera.

rakter obraźliwy. Przychylił się także do twierdzenia spółki Sekmadienis Ltd., iż wyrażenia „Jezus” i „Maryja” zostały użyte nie jako odniesienia religijne, ale jako emocjonalne wykrzykniki powszechnie stosowane w potocznym języku, które wywołać miały „efekt komiczny”. Trzeba jednak zauważyć, że „efekt” ten miał zostać osiągnięty poprzez odwołanie do postaci Jezusa i Maryi i z wykorzystaniem w sposób lekceważący symboliki chrześcijańskiej. Przy ocenie charakteru prezentacji nie można także pominąć rangi wykorzystanych w reklamach przedmiotów czci religijnej, gdyż im silniejszy jest związek przedmiotu z *sacrum*, tym surowiej będzie przez wyznawców oceniane zachowanie sprawcy⁹. Jezus Chrystus, uznawany przez chrześcijan za Boga, i Maryja Panna (jak również ich imiona) są obdarzani najwyższą czcią. Twórcy reklam powinni być świadomi świętości wykorzystywanych symboli i skutków ich wykorzystania w danej formie.

Zdaniem autora glosy w przedmiotowych reklamach zostały wykorzystane przedmioty czci religijnej, a sposób ich przedstawienia pozwala na wyrażenie opinii, iż w niniejszej sprawie wystąpiły warunki profanacji i obrazy uczuć religijnych. Fakt, iż SCRPA oraz Konferencja Episkopatu Litwy otrzymały liczne skargi, jest dowodem, iż reklamy obrażyły uczucia religijne konkretnych osób.

Uznając, że przedmiotowe reklamy obrażały uczucia religijne, należy rozstrzygnąć, czy obraza uczuć religijnych jest sprzeczna z moralnością, co w konsekwencji pozwoli na ocenę w zakresie konieczności zastosowania ingerencji. W pierwszej kolejności należy wskazać, że pojęcie „konieczności”, jak Trybunał sam zaznaczał we wcześniejszym swoim orzecznictwie¹⁰, nie jest synonimem wyrażenia „niezbędny”, gdyż zakłada mniejszy rygorizm ocen. Wstępna ocena „konieczności ingerencji” jest zadaniem władz ustawodawczych i sądowniczych poszczególnych krajów¹¹. W niniejszej sprawie władze krajowe uznały za konieczne zastosowanie ingerencji w wolność słowa, wprowadzając art. 4 § 2 ustawy o reklamie zakazujący reklam sprzecznych z moralnością publiczną, a następnie stosując sankcje wobec Spółki Sekmadienis Ltd. za ich upublicznienie. Rolą Trybunału jest natomiast ocena zasadności tych decyzji, z uwzględnieniem koniecznej równowagi pomiędzy chronioną a ograniczaną wolnością.

⁹ W. JANYGA, *Przestępstwo obrazy uczuć religijnych w polskim prawie karnym w świetle współczesnego pojmowania wolności sumienia i wyznania*, Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe 2010, s. 201.

¹⁰ Zob. wyrok ETPC z dnia 7 grudnia 1976 r. w sprawie Handyside przeciwko Zjednoczonemu Królestwu (skarga nr 5493/72), ser. A, nr 24.

¹¹ W. SOBCZAK, *Wolność myśli, sumienia i religii. Poszukiwanie standardu europejskiego*, Toruń: Dom Wydawniczy DUET 2013, s. 581.

Europejski Trybunał Praw Człowieka niejednokrotnie wydawał wyroki w sprawach dotyczących ochrony uczuć religijnych i wolności wypowiedzi¹². Wskazują one na wypracowanie pewnych standardów w tym zakresie, jak i na pewną zmianę w sposobie interpretacji przez Trybunał przepisów Konwencji, co uzasadniają m.in. zmiany zachodzące w społeczeństwie¹³.

W sprawie Müller i inni przeciwko Szwajcarii¹⁴ Trybunał podkreślił, że korzystanie z wolności słowa wiąże się z obowiązkami i odpowiedzialnością, a wolność słowa nie jest uprzywilejowana w sytuacji, w której należy zapewnić ochronę moralności publicznej. Również w sprawie Instytutu Otto Premingera przeciwko Austrii¹⁵ Trybunał zwrócił uwagę na wynikające z wolności słowa prawa i obowiązki, w tym na konieczność powstrzymywania się od wypowiedzi, które są bezpodstawne i nie mają na celu wywołania dyskusji nad problemem społecznym. Wskazał również, że brak realizacji powyższego obowiązku uzasadnia interwencję państwa. Ponieważ zakres dopuszczalnej ingerencji uzależniony jest od konkretnej sytuacji, jej skutków i uwarunkowań lokalnych, ETPC podkreślił, że nie jest możliwe pełne zdefiniowanie dopuszczalnej ingerencji państwa. Uznał, że władze państwowe muszą mieć pewną swobodę w ocenie zasadności ingerencji i jej zakresu, a w przypadku wypowiedzi mogących obrażać przekonania w sferze moralności lub wyznania margines oceny władz państwowych, ze względu na brak jednolitej międzynarodowej koncepcji ich ochrony, powinien mieć szerszy zakres¹⁶. W kolejnych wyrokach Trybunał konsekwentnie powtarzał tezę o ko-

¹² Przykładowo: wyrok ETPC z dnia 24 maja 1988 r. w sprawie Müller i inni przeciwko Szwajcarii (skarga nr 10737/84), ser. A, nr 133; wyrok ETPC z dnia 20 września 1994 r. w sprawie Otto-Preminger Institut przeciwko Austrii (skarga nr 13470/87), ser. A, nr 295-A; wyrok ETPC z dnia 25 listopada 1996 r. w sprawie Wingrove przeciwko Wielkiej Brytanii (skarga nr 17419/90), RID 1996-V; wyrok ETPC z dnia 13 sierpnia 2005 r. w sprawie I.A. przeciwko Turcji (skarga nr 42571/98), LEX nr 274161; wyrok ETPC z dnia 25 stycznia 2007 r. w sprawie Vereinigung Bildender Künstler przeciwko Austrii (skarga nr 68354/01), LEX nr 212105; wyrok ETPC z dnia 31 stycznia 2006 r. w sprawie Giniewski przeciwko Francji (skarga nr 64016/00), [w:] *Europejski Trybunał Praw Człowieka w Strasburgu – przegląd orzecznictwa (styczeń-marzec 2006 r.)*, oprac. M.A. Nowicki, „Palestra” 7-8 (2006), s. 241-242.

¹³ I.C. KAMIŃSKI, *Ograniczenia swobody wypowiedzi dopuszczalne w Europejskiej Konwencji Praw Człowieka. Analiza krytyczna*, Warszawa: Wolters Kluwer Polska 2010, s. 47.

¹⁴ Wyrok ETPC z dnia 24 maja 1988 r. w sprawie Müller i inni przeciwko Szwajcarii (skarga nr 10737/84), ser. A, nr 133.

¹⁵ Wyrok ETPC z dnia 20 września 1994 r. w sprawie Otto-Preminger Institut przeciwko Austrii (skarga nr 13470/87), ser. A, nr 295-A.

¹⁶ Twierdzenie to zostało powtórzone również między innymi w wyroku ETPC z dnia 10 lipca 2003 r. w sprawie Murphy przeciwko Irlandii (skarga nr 44179/98), [w:] *Nowy Europejski Trybunał Praw Człowieka. Wybór orzeczeń 1999-2004*, oprac. M.A. Nowicki, Kraków: Zakamycze 2005,

nieczności pozostawienia władzom państwowym marginesu oceny, w celu uwzględniania odrębności kulturowej, w tym obowiązujących moralnych ocen¹⁷.

Za pozostawieniem władzom krajowym w niniejszej sprawie szerszego zakresu uznania przemawia również komercyjny charakter wypowiedzi, która nie miała publicznego znaczenia, a jedynie ekonomiczny cel (osiągnięcie zysku). Oczywiście przyznanie szerokiego marginesu ocen nie oznacza, że Trybunał nie może zakwestionować decyzji sądów krajowych, ale wyznacza zakres i intensywność kontroli Trybunału. Uznając szerszy margines ocen władz krajowych, kontrola ETPC powinna ograniczać się do stwierdzenia, czy decyzja władz państwowych nie jest dotknięta oczywistym błędem. Trybunał stwierdzając, że ingerencja była usprawiedliwiona istotnymi racjami nie dokonuje już oceny tych racji. Jak słusznie zwraca uwagę, I.C. Kamiński, „niestwierdzenie przez Trybunał złamania konwencji wcale przy tym nie oznacza podzielenia poglądów władz krajowych, lecz jedynie uznanie, że wskazanych przez władze powodów nie można zakwestionować jako nieracjonalnych lub arbitralnych”¹⁸.

Jednakże pomimo iż w niniejszej sprawie Trybunał wyraził pogląd o konieczności pozostawienia władzom krajowym szerszego marginesu oceny, to zdaniem autora glosy tego nie zrobił. ETPC uznał, że ingerencja władz państwowych nie była konieczna, gdyż władze krajowe nie uzasadniły dostatecznie, iż reklamy „promowały styl życia niezgodny z zasadami osoby religijnej” i nie udowodniły, że życie niezgodne z powyższymi zasadami jest sprzeczne z moralnością publiczną. Pozbawianie świętości, wykorzystywanie przedmiotów czci religijnej w celach komercyjnych i prezentacja ich w sposób „komiczny” jest bez wątpienia sprzeczna z zasadami wyznawanymi przez osoby religijne i w tym zakresie Trybunał nie powinien mieć wątpliwości. Znacznie trudniej jednak wykazać, że z moralnością publiczną sprzeczne jest życie niezgodne z zasadami osoby religijnej. Jednakże w ocenie autora glosy zagadnienie to nie ma znaczenia w niniejszej sprawie. Dla ustalenia konieczności ingerencji niezbędne było rozstrzygnięcie, czy reklamy wykorzystujące przedmioty czci religijnych mogły obrazić uczucia religijne, a następnie, czy obraza uczuć religijnych jest sprzeczna z moralnością?

s. 1087 i w wyroku ETPC z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie Sekmadienis Ltd. przeciwko Litwie (skarga nr 69317/14), LEX nr 2433054.

¹⁷ Przykładowo: wyrok ETPC z dnia 7 grudnia 1976 r. w sprawie Handyside przeciwko Zjednoczonemu Królestwu (skarga nr 5493/72), ser. A, nr 24; wyrok ETPC z dnia 25 listopada 1996 r. w sprawie Wingrove przeciwko Wielkiej Brytanii (skarga nr 17419/90), RJD 1996-V; wyrok ETPC z dnia 13 sierpnia 2005 r. w sprawie I.A. przeciwko Turcji (skarga nr 42571/98), LEX nr 274161.

¹⁸ KAMIŃSKI, *Ograniczenia swobody wypowiedzi*, s. 803.

Moralność publiczna jest pewnym zbiorem reguł postępowania, które są powszechnie akceptowane w zachowaniach zarówno indywidualnych, jak i zbiorowych¹⁹. Jest pojęciem ogólnym, dlatego przepisy się do niej odwołujące są mało precyzyjne, co w konsekwencji nie tylko pozwala na większą swobodę przy ich interpretacji²⁰, ale również sprawia trudności i budzi wątpliwości przy ich stosowaniu²¹. Pojęcie moralności ma charakter klauzuli generalnej, co pozwala na zastosowanie pewnego stopnia dowolności w wykładni prawa, gdyż nie sposób dla niego stworzyć jednej precyzyjnej definicji prawnej. Trybunał sam zresztą w swoim wcześniejszym orzecznictwie podkreślał, że nie istnieje jednolita dla państw Konwencji koncepcja moralności, a jej rozumienie zależne jest od czasu oraz miejsca i podlega ciągłej ewolucji²².

Uznając pluralizm światopoglądowy i kulturowy społeczeństwa należy zachować ostrożność w określaniu zakazów w oparciu o moralność, która odnosi się do zachowań powszechnie uznawanych za naganne. Nie można uznać, że każde zachowanie, które negatywnie zostanie ocenione przez osoby wierzące, będzie równocześnie zachowaniem sprzecznym z moralnością publiczną. Należy jednakże zaznaczyć, że tolerancja religijna i poszanowanie cudzych przekonań religijnych są obecnie standardem we wszystkich demokratycznych państwach. Wypowiedzi nie mające na celu poruszenia społecznie ważnych problemów, będące bezpodstawnie obraźliwe i wykorzystujące przedmioty czci religijnej wyłącznie w celach komercyjnych²³ są moralnie naganne i w tym znaczeniu sprzeczne z moralnością publiczną.

UWAGI KOŃCOWE

Trybunał niejednokrotnie wskazywał, że EKPC chroni również wypowiedzi kontrowersyjne, a nawet obraźliwe. W swoim orzecznictwie podkreślał także, że

¹⁹ M. WYRZYKOWSKI, *Granice praw i wolności – granice władzy*, [w:] *Obywatel – jego wolności i prawa*, red. B. Oliwa–Radzikowska, Warszawa: Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich 1998, s. 51.

²⁰ A. KALISZ, *Klauzula moralności (publicznej) w prawie polskim i europejskim jako przykład regulacyjnej, ochronnej oraz innowacyjnej funkcji prawa*, „PRINCIPIA Pisma koncepcyjne z filozofii i socjologii teoretycznej” 57-58 (2013), s. 202.

²¹ SOB CZAK, *Wolność myśli, sumienia i religii*, s. 575.

²² Przykładowo: wyrok ETPC z dnia 24 maja 1988 r. w sprawie Müller i inni przeciwko Szwajcarii (skarga nr 10737/84), ser. A, nr 133.

²³ Warto zaznaczyć, że na stronie projektanta R. Kalinkinasa w sprzedaży dostępne są koszulki z nadrukiem reklam wykorzystanych w przedmiotowej kampanii, <http://www.robertkalinkin.com/women/new-arrivals-women> [dostęp: 17.10.2018].

korzystanie z wolności słowa wiąże się z obowiązkami i odpowiedzialnością, a wolność słowa nie jest uprzywilejowana w sytuacji, w której należy zapewnić ochronę moralności publicznej. Wypowiedź bezpodstawnie obraźliwa nie korzysta z ochrony wynikającej z wolności słowa, ponieważ przekracza jej granice. Ocena zasadności i zakresu ingerencji należy do władz państwowych, które w przypadku wypowiedzi mogących obrażać przekonania w sferze moralności lub wyznania, ze względu na brak międzynarodowej koncepcji ich ochrony, powinny mieć szerszy zakres. W niniejszej sprawie władze krajowe podjęły uzasadnioną ingerencję w celu ochrony moralności. Wykorzystywanie przedmiotów czci religijnej w celach wyłącznie komercyjnych i prezentacja ich w sposób obrażający uczucia religijne oznacza brak szacunku dla pewnej grupy społecznej i pogardę dla ich przekonań. Tym samym jest niezgodna z zasadami moralnymi. Dlatego, w ocenie autora glosy, ingerencja państwa była usprawiedliwiona istotnymi racjami i nie stanowiła naruszenia art. 10 EKPC.

BIBLIOGRAFIA

ŹRÓDŁA PRAWA

- Konwencja o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności sporządzona w Rzymie dnia 4 listopada 1950 r., zmieniona następnie Protokołami nr 3, 5 i 8 oraz uzupełniona Protokołem nr 2, Dz. U. z 1993 r. Nr 61, poz. 284 z późn. zm.
- Lietuvos Respublikos piliėčiu priimta 1992 m. spalio 25 d. referendumė; tekst polski w: Konstytucja Republiki Litewskiej, tłum. H. Wisner, Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe 2006.
- Law on advertising, No. VIII-1871 (as last amended on 25 June 2015 – No. XII-1885), [w:] <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/dd69e1e2a58711e59010bea026bdb259?jfwid=q86m1vre1> [dostęp: 3.12.2018].

ORZECZNICTWO

- Wyrok ETPC z dnia 7 grudnia 1976 r. w sprawie Handyside przeciwko Zjednoczonemu Królestwu (skarga nr 5493/72), ser. A, nr 24.
- Wyrok ETPC z dnia 24 maja 1988 r. w sprawie Müller i inni przeciwko Szwajcarii (skarga nr 10737/84), ser. A, nr 133.
- Wyrok ETPC z dnia 20 września 1994 r. w sprawie Otto-Preminger Institut przeciwko Austrii (skarga nr 13470/87), ser. A, nr 295-A.
- Wyrok ETPC z dnia 25 listopada 1996 r. w sprawie Wingrove przeciwko Wielkiej Brytanii (skarga nr 17419/90), RJD 1996-V.
- Wyrok ETPC z dnia 13 sierpnia 2005 r. w sprawie I.A. przeciwko Turcji (skarga nr 42571/98), LEX nr 274161.

- Wyrok ETPC z dnia 10 lipca 2003 r. w sprawie Murphy przeciwko Irlandii (skarga nr 44179/98), [w:] Nowy Europejski Trybunał Praw Człowieka. Wybór orzeczeń 1999-2004, oprac. M.A. Nowicki, Kraków: Zakamycze 2005, s. 1087.
- Wyrok ETPC z dnia 31 stycznia 2006 r. w sprawie Giniewski przeciwko Francji (skarga nr 64016/00), [w:] Europejski Trybunał Praw Człowieka w Strasburgu – przegląd orzecznictwa (styczeń-marzec 2006 r.), oprac. M.A. Nowicki, *Palestra* 7-8 (2006), s. 241-242.
- Wyrok ETPC z dnia 25 stycznia 2007 r. w sprawie Vereinigung Bildender Künstler przeciwko Austrii (skarga nr 68354/01), LEX nr 212105.
- Wyrok ETPC z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie Sekmadienis Ltd. przeciwko Litwie (skarga nr 69317/14), LEX nr 2433054.

LITERATURA

- JANYGA Wojciech: Przepięstwo obrazy uczuć religijnych w polskim prawie karnym w świetle współczesnego pojmowania wolności sumienia i wyznania, Warszawa: Wydawnictwo Sejmowe 2010.
- KALISZ Anna: Klauzula moralności (publicznej) w prawie polskim i europejskim jako przykład regulacyjnej, ochronnej oraz innowacyjnej funkcji prawa, *PRINCIPIA Pisma koncepcyjne z filozofii i socjologii teoretycznej* 57-58 (2013), s. 191-213.
- KAMIŃSKI Ireneusz: Ograniczenia swobody wypowiedzi dopuszczalne w Europejskiej Konwencji Praw Człowieka. Analiza krytyczna, Warszawa: Wolters Kluwer Polska 2010.
- SOBCZAK Witold: Wolność myśli, sumienia i religii. Poszukiwanie standardu europejskiego, Toruń: Dom Wydawniczy DUET 2013.
- WYRZYKOWSKI Mirosław: Granice praw i wolności – granice władzy, [w:] Obywatel – jego wolności i prawa, red. B. Oliwa-Radzikowska, Warszawa: Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich 1998, s. 45-59.

GŁOSA DO WYROKU EUROPEJSKIEGO TRYBUNAŁU PRAW CZŁOWIEKA
Z DNIA 30 STYCZNIA 2018 ROKU W SPRAWIE *SEKMADIENIS LTD.*
PRZECIWKO LITWIE (SKARGA NR 69317/14)

Streszczenie

Przedmiotem glosy jest wyrok Europejskiego Trybunału Praw Człowieka wydany 30 stycznia 2018 r. w sprawie Sekmadienis Ltd. przeciwko Litwie. Trybunał uznał, że skazanie Spółki na grzywnę w związku z prowadzoną kampanią reklamową wykorzystującą do celów komercyjnych przedmiot czci religijnej stanowiło naruszenie art. 10 Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności. Nałożona kara, w ocenie Trybunału, stanowiła ingerencję w jej wolność wyrażania opinii, która choć była przewidziana w prawie krajowym i realizowała uprawniony cel w postaci ochrony moralności publicznej, to jednak narusza równowagę pomiędzy ochroną moralności i praw osób wierzących, a wolnością słowa.

Słowa kluczowe: reklama; wolność słowa; moralność; przedmiot czci religijnej; przestępstwo obrazy uczuć religijnych; ochrona uczuć religijnych

COMMENTARY TO THE JUDGEMENT OF THE EUROPEAN COURT OF HUMAN RIGHTS
IN THE CASE OF *SEKMADIENIS LTD. V. LITHUANIA*
(APPLICATION NO. 69317/14)

S u m m a r y

The subject matter of the commentary is the judgment of the European Court of Human Rights issued on 30 January 2018 in the case of *Sekmadienis Ltd.* against Lithuania. ECHR found that imposition of a fine in connection with advertising campaign in which used an object of religious worship for commercial purposes was a violation of art. 10 of the Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms. In the Court's view, the fine imposed on the applicant company was an interference with its freedom of speech. Although this interference pursued a legitimate aim and it was provided for in national law, it had violated balance between, the protection of public morals and the rights of religious people and the right to freedom of expression.

Key words: advertisement; freedoms of speech; morality; object of religious worship; offence against religious feelings; protection of religious feelings