



## LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

### PAŽYMA

#### DĖL UAB „THE JUICE ROOM“ REKLAMOS „PADARYK KĄ NORS GERO IR SAU“

2016-12-08 Nr. (16)SN-217)SP-133

Vilnius

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyboje (toliau – Tarnyba) 2016 m. lapkričio 28 d. gautas skundas dėl „THE JUICE ROOM“ reklamos, kuri buvo publikuojama 2016 m. Tarptautinio moterų filmų festivalio „Šeršėliafam“ popieriniuose kataloguose. Pagrindinis „THE JUICE ROOM“ šūkis yra „Padaryk ką nors gero ir sau!“. Pareiškėjo nuomone, tai yra seksistinė, stereotipus formuojanti reklama.

Lygių galimybių kontrolierė

n u s t a t ė:

1. 2016 m. gruodžio 5 d. UAB „THE JUICE ROOM“ (toliau – ir bendrovė) atstovė telefonu informavo Teisės skyriaus vyresniąją patarėją Laimą Vengalę-Dits, kad UAB „THE JUICE ROOM“ publikavo savo gaminamus produktus Tarptautinio moterų filmų festivalio „Šeršėliafam“ popieriniuose kataloguose. UAB „THE JUICE ROOM“ atstovė taip pat informavo, kad bendrovė publikuoja savo gaminamus produktus trijuose vaizdiniuose plakatuose, o tą pačią dieną, t.y. 2016 m. gruodžio 5 d., elektroniniu paštu pateikė Tarnybai visų trijų reklaminių plakatų vaizdo kopijas. UAB „THE JUICE ROOM“ atstovė 2016 m. gruodžio 5 d. elektroniniame laiške taip pat paaiškina, kad pagrindinė reklamos idėja yra ši: „Besisukančioje rutinoje labai dažnai pamirštame savo poreikius ir savimi pasirūpinti, daugiau galvojame apie kitus. Šūkiu „Padaryk ką nors gero ir sau!“ norime priminti, kad labai svarbu ir save kartais palepinti. O visi trys vizualai tik atvaizduoja šūkio reikšmę“.

Pateiktuose trijuose UAB „THE JUICE ROOM“ reklamos vaizdo plakatuose skelbiamas tas pats šūkis „Padaryk ką nors gero ir sau!“, tačiau vaizduojami skirtingi lyties bei šeiminių padėties požiūriu personažai. Pareiškėjo pateiktame reklaminiame plakate vaizduojama moteris apnuoginta krūtine, kurią savo glėbyje laiko taip pat apsinuoginęs vyras, o ji per šiaudelį geria sultis. Antrajame reklaminiame

plakate vaizduojamas vyras, dešinėje rankoje laikantis stiklinę sulčių, kurias geria per šiaudelį, o kaire ranka vyras apglėbęs verkiančią merginą. Trečiajame reklaminiame plakate vaizduojama sultis per šiaudelį gerianti moteris, kuri tuo pačiu metu žindo kūdikį. Visi reklaminiai plakatai yra piešti.

Lygių galimybių kontrolierė

k o n s t a t u o j a:

1. Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar pareiškėjo pateiktas UAB „THE JUICE ROOM“ reklaminis plakatas, kuriame skelbiama „Padaryk ką nors gero ir sau!“, nepažeidžia Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 5 str. 2 p., įpareigojančio prekių pardavėjus, gamintojus ar paslaugų teikėjus, suteikiant vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuojant, užtikrinti, kad joje nebūtų išreiškiamas pažeminimas, paniekinimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas dėl asmens lyties bei formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą. Taigi buvo atliekamas tyrimas dėl galimos diskriminacijos lyties pagrindu vartotojų teisių apsaugos srityje.

2. Reklamos įstatymo 2 str. 1 d. 8 p. reklama apibrėžiama bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

Visuomenės informavimo įstatymo 2 str. 56 p. reklama apibrėžiama bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis reklamos užsakovo interesais arba savireklamos tikslais skleidžiama informacija, išskyrus televizijos reklamą, apie asmens ūkinę, komercinę, finansinę ar profesinę veiklą, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

Taigi UAB „THE JUICE ROOM“ reklaminis plakatas, kuriame skelbiama „Padaryk ką nors gero ir sau!“ vertintinas kaip skleidžiama informacija, susijusi su bendrovės vykdoma ūkine komercine veikla ir skatinanti įsigyti UAB „THE JUICE ROOM“ gaminamus produktus.

3. Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 5<sup>1</sup> str. 2 d. įpareigoja prekių pardavėjus, gamintojus ar paslaugų teikėjus, suteikiant vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuojant, užtikrinti, kad joje nebūtų išreiškiamas pažeminimas, paniekinimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas dėl asmens lyties bei formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą.

To paties įstatymo 7<sup>1</sup> str. 2 p. nustato, kad prekių pardavėjo, gamintojo ar paslaugų teikėjo veiksmai pripažįstami pažeidžiančiais moterų ir vyrų lygias teises, jeigu informuojant apie gaminius, prekes ir paslaugas arba reklamuojant jas, formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą, taip pat vartotojai diskriminuojami dėl jų lyties.

Atkreiptinas dėmesys, kad Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7<sup>1</sup> str. 2p. susiaurina šio įstatymo 5<sup>1</sup> str. 2 p. įtvirtintos pareigos vykdymą ir pažeidimu įvardija formavimą visuomenės nuostatų, kad viena lytis pranašesnė už kitą, taip pat vartotojų diskriminavimą dėl jų lyties.

4. Vertinant aptariamą reklaminių plakatą dėl galimo prieštaravimo Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo nuostatoms, būtina pastebėti, kad šiame reklaminiame plakate vaizduojama apsinuoginusi moteris, kurios nuobodžiaujantis žvilgsnis nukreiptas į šoną ir kuri fiziškai yra vyro šiek tiek pakylėta. Objektyviai reklaminiame plakate matyti, kad apsinuoginęs vyras laiko moterį savo glėbyje, tačiau moters nuobodžiaujantis žvilgsnis išduoda jos abejingumą ir pasyvumą vyro atžvilgiu. Moters vaizdavimas tarytum paneigia dažnai reklamoje kuriamą ir neigiamai vertinamą seksualios, lytinio bendravimo ištroškusias, gundančias ir visada pasiruošusias tenkinti visus vyrų įgeidžius moters įvaizdį. Priešingai, šioje reklamoje moteris tarytum deklaruoja, kad vyrai jai nuobodūs, fizinis vyro artumas ar dėmesio moteriai rodymas jai nekelia jokių jausmų, ji tiesiog paniekina žmogiškus santykius, taip pat ir lytinius santykius ar fizines glamones. Vyras šioje reklamoje atrodo daugiau indiferentiško moters elgesio auka.

Todėl, vertinant reklaminių plakato vaizdą bei skelbiamą užrašą „Padaryk ką nors gero ir sau!“, negalima teigti, jog šioje reklamoje formuojamos nuostatos, kad vyrai yra pranašesni už moteris arba kad moterys yra pranašesnės už vyrus. Reklaminiis plakatas kuria tam tikro elgesio modelį, kuris greičiau formuoja nuostatas, kad valgymo, gėrimo įpročiai ir jų patenkinimas yra svarbesni už žmogiškuosius santykius, o kartu yra nuvertinamas žmogiškojo bendravimo faktorius šiandieninėje vartojimo kultūroje.

Darytina išvada, kad pareiškėjo pateiktame UAB „THE JUICE ROOM“ reklaminiame plakate, kuriame skelbiama „Padaryk ką nors gero ir sau!“, neįžvelgtina Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7<sup>1</sup> str. 2 p. nustatyto moterų ir vyrų lygių teisių pažeidimo sudėtis, t.y. neįžvelgtinas visuomenės nuostatų, kad viena lytis pranašesnė už kitą, formavimas.

Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta, bei vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 24 str. 1 d. 4 p.,

Lygių galimybių kontrolierė

n u s p r e n d ž i a:

1. Baigti skundo tyrimą, nepasitvirtinus Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo pažeidimams.
2. Su sprendimu supažindinti pareiškėją.

Sprendimas gali būti skundžiamas Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Lygių galimybių kontrolierė

Agneta Skardžiuvienė