



LIETUVOS RESPUBLIKOS LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

SPRENDIMAS

DĖL GALIMOS DISKRIMINACIJOS LYTIES PAGRINDU UAB „BALTIC BET“ SKELBIAMOJE REKLAMOJE TYRIMO

2017-08-28 Nr. (17)SN-152)SP-69

Vilnius

Lietuvos Respublikos lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba (toliau ir – Tarnyba) 2017 m. liepos 26 d. gavo skundą, kuriame nurodoma, jog Livonijos g. 3, Joniškyje, esančiame prekybos centre yra UAB „Baltic Bet“ (toliau ir – bendrovė) padalinys, kurio vitrinose patalpinta moteris žeminanti reklama (toliau ir – bendrovės reklama). Bendrovės reklamoje pavaizduotos (nupieštos) merginos, vilkinčios tam tikras moters kūno vietas išryškinančią aprangą. Tokia reklama galimai pažeidžia įstatymų, reglamentuojančių lygių galimybių principus, nuostatas.

Lietuvos Respublikos vaiko teisių apsaugos kontrolierė, laikinai einanti lygių galimybių kontrolieriaus pareigas, Edita Žiobienė, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 30 str. 1 dalimi, 2017 m. rugpjūčio 1 d. raštu Nr. (17)SN-152)S-459 kreipėsi į UAB „Baltic Bet“, prašydama per 3 darbo dienas nuo reikalavimo gavimo dienos (kuo skubiau) pateikti paaiškinimą: kodėl, reklamuojant sporto lažybas, vaizduojamos merginos su apnuogintomis krūtėmis; kaip moterų krūtys siejasi su sporto lažybomis ir bendrovės veikla; kodėl reklamai pasirinkta seksuali merginų vizualizacija; kodėl vyriškos lyties atstovai reklamoje pavaizduoti ne visu ūgiu (kaip merginos), o šalia merginų; kokia šios reklamos idėja; kur ši reklama skelbiama ir kokį laikotarpį bus demonstruojama visuomenei; kas atsakingas už šios reklamos viešinimą. Kartu prašyta pateikti kitą, reikšmingą, informaciją, susijusią su tiriamos reklamos galimu prieštaravimu Lygių galimybių įstatymo nuostatomis.

Lietuvos Respublikos lygių galimybių kontrolierius

n u s t a t ė:

1. UAB „Baltic Bet“ vadovas 2017 m. rugpjūčio 8 d. pateiktu Tarnybai raštu „Dėl informacijos pateikimo“ informavo, kad bendrovė neturėjo ketinimų žeminti moteris arba kitaip pažeisti

lygių galimybių principus. Kuriant reklamą, buvo pasirinktas grafinis stilizuotas moters įvaizdis, kas neturėtų būti traktuojama kaip diskriminacija arba žeminimas. Vadovas pažymėjo, jog reklama skubiai pakoreguota, užsakytas visiškai naujas maketas, kuris nesuteiks galimybių traktuoti reklamą kaip moterų žeminimą.

Lygių galimybių kontrolierius

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

Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar bendrovės reklama (merginos, vilkinčios moters seksualumą pabrėžiančią aprangą) nepažeidžia Lietuvos Respublikos moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 punkto, 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 dėl lyties vartotojų teisių apsaugos srityje.

1. Pažymėtina, kad Jungtinių Tautų konvencijos dėl visų formų diskriminacijos panaikinimo prieš moteris 5 straipsnio a) punkte valstybės dalyvės įpareigojamos (Lietuva yra ratifikavusi šią konvenciją, todėl yra valstybė, įgyvendinanti jos nuostatus): imtis visų reikiamų priemonių, siekiant pakeisti socialinius ir kultūrinius vyrų ir moterų elgesio modelius, kad išnyktų prietarai, papročiai ir visokia kitokia praktika, pagrįsta vienos lyties nepilnavertiškumo ar pranašumo idėja arba stereotipišku vyrų ir moterų vaidmeniu.

Europos Tarybos ir valstybių narių vyriausybių atstovų, posėdžiavusių Taryboje, 1995 m. spalio 5 d. rezoliucijos Nr. 95/C 296/06 „Dėl moterų ir vyrų įvaizdžio reklamoje ir žiniasklaidoje“ 2 punkte nustatyta, kad lyčių stereotipai reklamoje ir žiniasklaidoje yra vienas iš nelygybės veiksnių, darančių įtaką požiūriui į moterų ir vyrų lygybę, kad tai pabrėžia lygybės visose visuomeninio gyvenimo srityse skatinimo svarbą. Šios rezoliucijos 4 punkte nurodoma, kad reklama ir žiniasklaida neturi menkinti pagarbos žmogaus orumui, jose neturi būti diskriminacijos dėl lyties. Rezoliucijos II sk. 2.7 punkto b) papunktyje šalys narės ir atsakingos kompetentingos institucijos, atsižvelgiant į nacionalinius įstatymus ir praktiką, yra raginamos skatinti reklamos agentūras ir visuomenės informavimo priemones viešinti pripažinimą neigiamų padarinių, atsirandančių dėl stereotipinio lyties vaizdavimo ir darančių įtaką fizinei ir psichinei visuomenės sveikatai, o ypač jauniems žmonėms.

Europos Parlamento 2008 m. rugsėjo 3 d. rezoliucijos dėl rinkodaros ir reklamos įtakos moterų ir vyrų lygybei (2008/2038(INI)) H) punkte pažymima, kad lyčių diskriminacija žiniasklaidoje vis dar

labai dažna ir lyčių stereotipų formavimas reklamoje ir žiniasklaidoje gali būti vertinamas kaip šios diskriminacijos dalis; I) punkte konstatuojama, kad, kuriant lyčių stereotipus reklamoje, vaizduojamas nelygus lyčių jėgos padalijimas. Todėl šios rezoliucijos 19 punkte valstybės narės raginamos tinkamomis priemonėmis garantuoti, kad rinkodara ir reklama užtikrintų pagarbą žmogaus orumui bei asmens vientisumui ir nebūtų nei tiesiogiai, nei netiesiogiai diskriminuojanti, nekurstytų neapykantos dėl lyties, rasinės ar etninės kilmės, religijos ar tikėjimo, negalios, amžiaus ar seksualinės orientacijos ir kad joje nebūtų medžiagos, kurioje, sprendžiant pagal šias sąvokas, skatinamas arba giriamas smurtas prieš moteris arba jam pritariama.

Europos Parlamento 2013 m. kovo 12 d. rezoliucijos dėl lyčių stereotipų panaikinimo ES (2012/2116(INI)) j) punkte pažymima, kad su diskriminacija dėl lyties toliau dažnai susiduriama žiniasklaidoje, komunikacijoje bei reklamoje, todėl lyčių stereotipai dar lengviau plinta, ypač vaizduojant moterį kaip sekso objektą ir taip siekiant skatinti pardavimą.

Minėtos Europos Parlamento 2013 m. kovo 12 d. rezoliucijos dėl lyčių stereotipų panaikinimo ES (2012/2116(INI)) 9 punkte pabrėžiama, kad reklamose dažnai siunčiamas įvairiais lyčių stereotipais pagrįstas diskriminacinis ir (arba) orumą žeminantis signalas, trikdomas lyčių lygybės strategijų įgyvendinimas, todėl Komisija, valstybės narės, pilietinė visuomenė ir reklamos savireguliacijos įstaigos raginamos tvirtai bendradarbiauti, siekiant kovoti su tokia praktika, pirmiausia naudojant veiksmingas priemones, kuriomis būtų užtikrinta pagarba žmogaus orumui, taip pat sąžininga rinkodara bei reklama.

Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 punktu prekių pardavėjai, gamintojai ar paslaugų teikėjai įpareigojami, suteikiant vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuojant, užtikrinti, kad joje nebūtų išreiškiamas pažeminimas, paniekimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas dėl asmens lyties bei formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą. To paties įstatymo 13 str. 2 punkte nustatyta, 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.

2. Nagrinėjamu atveju bendrovės reklamoje pavaizduotos merginos, vilkinčios moters seksualumą pabrėžiančią aprangą. Atsakymo, kaip moterų krūtys siejasi su sporto lažybomis ir kodėl pasirinkta seksualumą pabrėžianti merginų vizualizacija, bendrovės vadovas nepateikė. Akivaizdu, jog bendrovės reklamoje moters kūnas naudojamas kaip įrankis, priemonė, skirta patraukti vyrų dėmesį. Išryškinant atskiras moters kūno vietas, pabrėžiamas jos žmogiškųjų ir intelektinių savybių ignoravimas.

Dėl tokio primityvaus, žeminančio, sudaiktinto moters tam tikrų kūno dalių vaizdavimo moteris neabejotinai paniekinama ir žeminama.

Vaizduojant moteriškos lyties atstoves kaip sekso simbolius, formuojamos visuomenės nuostatos, kad apskritai moterys visuomenėje yra vertinamos kaip fizinio pasitenkinimo bei malonumų objektas, bet ne kaip lygiavertė vyro partnerė, mąstanti, intelektualiai visuomenės narė. Todėl galima konstatuoti, kad bendrovės reklamoje formuojamos nuostatos, jog moteris dėl savo lyties yra mažiau vertingas visuomenės narys nei vyras.

Sudaiktintai vaizduojant moteris formuojami ir reprodukuojami neigiami, moteris žeminantys stereotipai. Būtent naudojant tokias priemones, ekonominiame, politiniame gyvenime, švietimo ir ugdymo srityje bei šalies kultūroje diegiami moteris diskriminuojančio elgesio principai.

Pažymėtina ir neginčijama, kad lyčių stereotipai – viena iš diskriminacijos dėl lyties ištakų bei esminė kliūtis, siekiant moterų ir vyrų lygybės, nes stereotipai įtvirtina išankstines nuostatas, priskiriančias išimtinai moterims ir išimtinai vyrams būdingas charakteristikas bei vaidmenis, kuriuos nulemia jų įgimta lytis, ir formuoja seksistinį požiūrį į moteris.

Darytina išvada, kad bendrovės reklama, kurioje pavaizduotos merginos, vilkinčios moters seksualumą pabrėžiančią aprangą, prieštarauja Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 punktui, įpareigojančiam prekių pardavėjus, gamintojus ar paslaugų teikėjus, suteikiant vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuojant, užtikrinti, kad joje nebūtų išreiškiamas pažeminimas, paniekimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas dėl asmens lyties bei formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą, ir atitinka Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 13 str. 1 d. 2 punkte nustatytus moterų bei vyrų lygių teisių pažeidimo požymius, t. y. joje formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą.

Atsižvelgdamas į tai, kas išdėstyta, bei vadovaudamasis Lygių galimybių įstatymo 17 straipsniu, 29 straipsnio 2 dalies 6 punktu,

Lygių galimybių kontrolierius

n u s p r e n d ž i a:

1. Įspėti UAB „Baltic Bet“ vadovą dėl Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 13 straipsnio 2 punkto pažeidimo.

2. Su sprendimu supažindinti pareiškėją ir UAB „Baltic Bet“ vadovą.

Sprendimas gali būti skundžiamas Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka Vyriausiajai administracinių ginčų komisijai (Vilniaus g. 27, Vilnius 01119) arba apygardos administraciniam teismui.

Seimo kontrolierius,
laikinais pavaduojantis lygių galimybių kontrolierių

Raimondas Šukys