



LIETUVOS RESPUBLIKOS LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

SPRENDIMAS

DĖL GALIMOS DISKRIMINACIJOS DĖL LYTIES UAB „TARP GĖLIŲ LT“ SKELBIAMOJE REKLAMOJE TYRIMO

2017-10-13 Nr. (17)SN-185)SP-75

Vilnius

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyboje gautas J. B. (vardas ir pavardė lygių galimybių kontrolieriui žinomi; toliau – pareiškėjas) skundas, kuriame teigiama, kad vasarą ir vėliau (skunde nenurodyta tiksli data) pareiškėjas su dukra važiavo Savanorių prospektu Kauno mieste ir pastebėjo gėlių parduotuvės „Tarp gėlių“ švieslentėje (bėganti eilutė) virš įėjimo į parduotuvę reklamą „Jeigu pirksi „Tarp gėlių“, turėsi daug mergų“ (toliau ir – parduotuvės reklama). Pareiškėjo mažametė dukra paklausė pareiškėjo, ką reiškia parduotuvės reklama ir kodėl joje vartojami tokie žodžiai. Pareiškėjas yra įsitikinęs, kad parduotuvės reklama žemina moteris.

Lietuvos Respublikos lygių galimybių kontrolierius

n u s t a t ė:

1. Lygių galimybių kontrolieriaus tarnybos Teisės skyriaus vyresnioji patarėja Laima Vengalė-Dits 2017 m. rugsėjo 22 d. telefonu susisiekė su Kaune, Savanorių pr. 319A esančios UAB „Tarp gėlių LT“ parduotuvės direktoriumi, kuris patvirtino, kad užrašas „Jeigu pirksi „Tarp gėlių“, turėsi daug mergų“ yra rodomas parduotuvėje, ir patikino, kad šį užrašą sukūrė studentai. Direktorius paaiškino, kad parduotuvės reklama nenorėta nieko įžeisti, pažeminti, užrašas yra linksmas, orientuotas į gėlių pirkėjus vyrus. Vyresniajai patarėjai L. Vengalei-Dits pasiteiravus, ar planuojama pakeisti minėtą skundžiamą reklaminį užrašą kitu, direktorius paaiškino, kad, atsižvelgus į rekomendacijas bei jas įvertinus, užrašas parduotuvės reklamoje galėtų būti pakeistas kitu.

2. Teisės skyriaus vyresnioji patarėja L. Vengalė-Dits 2017 m. rugsėjo 29 d. patikrino UAB „Tarp gėlių LT“ interneto svetainę ir nustatė, kad interneto svetainėje skelbiamas pagrindinis šūkis „Aš išstariu

tau myliu tik salone Tarp gėlių“. Vyresnioji patarėja L. Vengalė-Dits 2017 m. rugsėjo 29 d. po 15.30 val. telefonu susisiekė su UAB „Tarp gėlių LT“ direktoriumi ir pasiteiravo, ar užrašas parduotuvės reklamoje yra pakeistas UAB „Tarp gėlių LT“ interneto svetainėje skelbiamu reklaminiu užrašu. UAB „Tarp gėlių LT“ direktorius paaiškino, kad reklaminis užrašas „Jeigu pirksi „Tarp gėlių“, turėsi daug mergų“ dar yra rodomas švieslentėje virš įėjimo durų į parduotuvę. Direktorius patikino, kad skunde nurodytas užrašas tą pačią dieną bus pašalintas iš švieslentės ir nebebus rodomas.

Lygių galimybių kontrolierius

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

Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar UAB „Tarp gėlių LT“ skelbtas reklaminis užrašas „Jeigu pirksi „Tarp gėlių“, turėsi daug mergų“ 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, paniekimas 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 vyriausybės 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, 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. Šios 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 pagarbą 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. Parduotuvės reklamos užrašė „Jeigu pirksi „Tarp gėlių“, turėsi daug mergų“ pateikiamas siūlymas įsigyti parduotuvėje „Tarp gėlių“ parduodamų prekių, tai yra, įvairių rūšių gėlių, augalų bei gėlių

vazonuose, dovanų ir teigiama, kad žmogus, įsigijęs minėtas prekes, turės „daug mergų“ (parduodamų prekių asortimentas skelbiamas parduotuvės „Tarp gėlių“ interneto svetainėje <http://www.tarpgeliu.lt/lt/geles.html>). Akivaizdu, kad reklama orientuota į vyrus, kurie perka gėles bei dovanas moterims ir kurie yra tikslinė šio reklaminio užrašo grupė. Tokiu reklaminio užrašu tikslinei grupei vyrams, įsigijusiems parduotuvėje „Tarp gėlių“ dovanų, gėlių, žadama papildoma garantija – turėti „daug mergų“. Pats žodis „turėti“ yra daugiareikšmis, o viena iš reikšmių „būti savininku, valdyti“, taip pat „būti gavusiam, įgijusiam, pasiekusiam“ arba „galėti naudotis“¹. Žodis „merga“ šnekamojoje lietuvių kalboje reiškia „suaugusi, netekėjusi moteris, mergina“ arba „ūkininko samdoma darbininkė, samdinė“². Taigi remiantis verbaliniu viso teiginio „turėsi daug mergų“ aiškinimu, galima daryti išvadą, kad skunde nurodytas reklaminis užrašas teigia, jog vyrui, įsigijusiam parduotuvėje „Tarp gėlių“ parduodamų gėlių arba dovanų, suteikiama garantija įgyti nuosavybės teises į netekėjusias moteris, merginas. Taip pat reklaminis užrašas savo ruožtu suponuoja nuomonę, kad moterys gali būti perkamos arba kad moterų dėmesys bei palankumas įgyjamas padovanojusiems joms gėlių bei įteikus dovanų. Pats žodis „turėti“ šiame reklaminiam užrašui įgyja neigiamą prasmę, nes demonstruoja valdymo, naudojimo santykius, kurie gali būti siejami su daiktais, bet ne su žmonėmis. Dėl nurodytų priežasčių reklaminis užrašas „Jeigu pirksi „Tarp gėlių“, turėsi daug mergų“ suponuoja sudaiktintą, žeminantį, niekinantį požiūrį į moteris.

Atsižvelgiant į tai galima konstatuoti, kad UAB „Tarp gėlių LT“ parduotuvės reklamoje formuojamos nuostatos, jog moteris dėl savo lyties gali būti sudaiktinama, todėl yra mažiau vertinga visuomenėje nei vyras.

Moterų sudaiktinimas reklamoje formuoja ir reprodukuoja neigiamus stereotipus apie moters vaidmenį visuomenėje, diegia moteris diskriminuojančio elgesio modelius, formuoja seksistinį požiūrį į moteris. Pažymėtina, kad lyčių stereotipai – viena iš diskriminacijos dėl lyties ištakų bei esminė kliūtis, siekiant moterų ir vyrų lygybės.

Darytina išvada, kad UAB „Tarp gėlių LT“ reklaminis užrašas „Jeigu pirksi „Tarp gėlių“, turėsi daug mergų“ savo turiniu 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, paniekinimas 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

¹ Dabartinės lietuvių kalbos žodynas, Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, Vilnius, 2000.

² Dabartinės lietuvių kalbos žodynas, Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas, Vilnius, 2000.

galimybių įstatymo 13 str. 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 Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 19 str., Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 17 straipsniu, 29 straipsnio 2 dalies 2 punktu bei 30 str. 3 dalimi,

Lygių galimybių kontrolierius

n u s p r e n d ž i a:

1. Kreiptis į UAB „Tarp gėlių LT“ direktorių ir siūlyti nutraukti reklaminio užrašo „Jeigu pirksi „Tarp gėlių“, turėsi daug mergų“ demonstravimą.

2. Įpareigoti UAB „Tarp gėlių LT“ direktorių išnagrinėti lygių galimybių kontrolieriaus sprendimą ir apie nagrinėjimo rezultatus bei sprendimo vykdymo eigą informuoti lygių galimybių kontrolierių per 30 dienų nuo sprendimo gavimo dienos.

3. Su sprendimu supažindinti pareiškėją ir UAB „Tarp gėlių LT“ direktorių.

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

Seimo kontrolierius,
laikinais pavaduojantis lygių galimybių kontrolierių

Raimondas Šukys