



LIETUVOS RESPUBLIKOS LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

SPRENDIMAS DĖL GALIMOS DISKRIMINACIJOS LYTIES PAGRINDU GKĮ „SIDA“ SKELBTOJE REKLAMOJE TYRIMO

2018-11-08 Nr. (18)SN-190)SP-110
Vilnius

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba (toliau – Tarnyba) 2018 m. spalio 12 d. gavo Pareiškėjo (Tarnybai Pareiškėjo vardas ir pavardė yra žinomi) skundą dėl galimai moteris žeminančios padangų ir ratlankių reklamos (toliau – reklama), kurią Prienuose, Revuonos gatvėje, jis pastebėjo 2018 m. rugsėjo 8 d. 11 val. Pareiškėjas kartu su skundu pateikė reklamos, kurioje vaizduojama šalia ratlankio sėdinti moteris, vilkinti mažai kūną dengiantį ir kūno formas išryškinantį apdarą, taip pat pastato, ant kurio publikuojama reklama (pastatas pažymėtas Nr. 50, nuotraukoje matomas Revuonos gatvės pavadinimas), nuotraukas. Reklamoje yra skelbiamas pavadinimas „Sida“, nurodytas adresas: Revuonos g. 48, Vytauto g. 7, kartu skelbiami telefonų numeriai (duomenys neskelbtini).

Lygių galimybių kontrolierė Agneta Skardžiuvienė (toliau – lygių galimybių kontrolierė), vadovaudamasi Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 30 str. 1 ir 2 d., 2018 m. spalio 16 d. raštu Nr. (18)SN-190)S-620 „Dėl informacijos pateikimo“ kreipėsi į UAB „Sigda“ vadovą ir paprašė per 3 darbo dienas nuo reikalavimo pateikti informaciją gavimo dienos (kaip galima skubiau) atsakyti į klausimus:

1. Kas yra šios reklamos užsakovas, kas yra atsakingas už šios reklamos viešinimą bei kas apmoka šios reklamos viešinimą?

2. Kokia yra reklamos sukūrimo idėja, kokių tikslų siekiama šia reklama, kokioje viešojoje erdvėje bei kokių laikotarpiu yra publikuojama ši reklama?

Taip pat prašyta pateikti kitus svarbius paaiškinimus, informaciją, susijusius su skundo dalyku.

Lygių galimybių kontrolierė

n u s t a t ė:

1. UAB „Sigda“ direktorius S. D. 2018 m. spalio 19 d. rašte „Informacija“ informavo, kad UAB „Sigda“ patalpų, esančių Revuonos g. 50, Prienuose, savininkė yra nuo 2016 m. lapkričio 11 d., ir pateikė 2016 m. lapkričio 11 d. sudarytos pastato pirkimo–pardavimo išsimokėtinai sutarties kopiją, patvirtinančią, kad UAB „Sigda“, atstovaujama S. D., įsigijo pastatą, esantį Revuonos g. 50, Prienuose, ir pradėjo jį valdyti nuosavybės teise nuo sutarties patvirtinimo teisės aktų nustatyta tvarka dienos. UAB „Sigda“ direktorius informavo, kad iki 2016 m. lapkričio 11 d. Revuonos g. 50, Prienuose, esančias patalpas nuomojosi S. D. gamybinė-komercinė įmonė „Sida“ (toliau – GKĮ „Sida“), kurios savininkė dabartiniu metu yra R. D. UAB „Sigda“ direktorius paaiškina, kad pastato Revuonos g. 50, Prienuose, nuomos laikotarpiu GKĮ „Sida“, būdama šio pastato nuomininke, ant nuomojamo pastato sienos pakabino aptariamą reklamą skydą, kuris nebuvo pašalintas po to, kai minėtą pastatą įsigijo UAB „Sigda“, nes, S. D. teigimu, aptariama reklama neprieštaravo UAB „Sigda“ tikslams, tai yra verslui, susijusiam su prekyba padangomis bei jų montavimu.

S. D. informuoja, kad GKĮ „Sida“ anksčiau prekiaavo padangomis, tačiau, pasikeitus GKĮ „Sida“ savininkui, tai yra šią įmonę pradėjus valdyti R. D., GKĮ „Sida“ prekybą padangomis nutraukė, o prekybą padangomis tęsia tik UAB „Sigda“.

2018 m. spalio 30 d. S. D. Tarnybą telefonu informavo, kad aptariama reklama buvo inicijuota ir skelbta ant Revuonos g. 50 pastato, Prienuose, jo paties iniciatyva. Kartu UAB „Sigda“ direktorius pranešė, kad jis yra buvęs GKĮ „Sida“ steigėjas, ir paaiškino, kad aptariama reklama neturėjo jokių tikslų įžeisti, paniekinti ar sumenkinti moters orumą, o kuriant reklamą esą buvo pasitelktas Vakarų pasaulyje taikomas padangų reklamos stilius.

UAB „Sigda“ direktorius paaiškino, kad šiuo metu vyksta pastato, esančio Revuonos g. 50, Prienuose, remontas ir aptariamą reklamą skydas rašto pateikimo dieną buvo pašalintas (pateikta šią aplinkybę patvirtinanti nuotrauka). UAB „Sigda“ rašte reiškiamas apgailestavimas dėl įvykusio nesusipratimo.

Lygių galimybių kontrolierė

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

Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar publikuota GKĮ „Sida“ reklama 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 lyties pagrindu 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, 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.

Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 2 str. 57 punkte reklama apibrėžiama kaip 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. Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 2 str. 8 punkte reklama apibrėžiama kaip 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.

Vertinant GKĮ „Sida“ reklamą būtina pažymėti, kad ji savo turiniu atitinka minėtuose teisės aktuose įtvirtintos reklamos apibrėžties požymius, nes reklamoje buvo skleidžiama informacija apie GKĮ „Sida“ bei vartotojai buvo skatinami įsigyti siūlomų produktų (padangų, ratlankių).

2. Aptariamoje reklamoje vaizduojama šalia ratlankio sėdinti moteris, vilkinti mažai kūną dengiantį ir kūno formas išryškinantį apdarą. Seksualizuotas moters vaizdavimas padangų bei ratlankių reklamoje, kurios tikslas skatinti padangų ir ratlankių pardavimą, vertintinas kritiškai, juolab kad apsinuoginusi moteris neturi jokių loginių sąsajų su reklamuojamais produktais. Akivaizdu, kad moters kūnas reklamoje naudojamas kaip objektas, patraukiantis, tikėtina, vyriškosios lyties pirkėjų dėmesį bei skatinantis pardavimus. Todėl galima teigti, kad tokiu moters vaizdavimu padangų ir ratlankių reklamoje formuojamos nuostatos, jog moteris dėl savo lyties gali būti sudaiktinama, todėl yra mažiau vertinga

visuomenėje nei vyras. Moterų sudaiktinimas reklamoje formuoja neigiamus stereotipus apie moters vaidmenį visuomenėje, formuoja seksistinį požiūrį į moteris. Pažymėtina, kad lyčių stereotipai – viena iš diskriminacijos dėl lyties ištakų bei esminė kliūtis, siekiant moterų ir vyrų lygybės. Todėl darytina išvada, kad GKĮ „Sida“ publikuota reklama 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.

Atsižvelgdama į tai, kad GKĮ „Sigda“ direktorius 2018 m. spalio 19 d. rašte informavo, jog reklama nuo pastato, esančio Revuonos g. 50, Prienuose, buvo pašalinta (pateikta šią aplinkybę patvirtinanti nuotrauka), bei vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 19 str., Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 17 straipsniu, 29 straipsnio 3 dalies 4 punktu,

Lygių galimybių kontrolierė

n u s p r e n d ž i a:

1. Nutraukti tyrimą dėl GKĮ „Sida“ reklamos, nutraukus lygias galimybes pažeidžiančius veiksmus.
2. Su sprendimu supažindinti Pareiškėją ir UAB „Sigda“ vadovą.

Sprendimas gali būti skundžiamas Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka Lietuvos administracinių ginčų komisijai (Vilniaus g. 27, 01402 Vilnius) arba apygardos administraciniam teismui.

Lygių galimybių kontrolierė

Agneta Skardžiuvienė