



## LIETUVOS RESPUBLIKOS LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

### SPRENDIMAS DĖL GALIMOS DISKRIMINACIJOS LYTIES PAGRINDU UAB „BRC“ SKELBTOJE REKLAMOJE TYRIMO

2018-11-27 Nr. (18)SN-192)SP-118  
Vilnius

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba 2018 m. spalio 16 d. gavo pareiškėjo (Tarnybai pareiškėjo vardas ir pavardė yra žinomi) skundą dėl stereotipus formuojančios UAB „Baltijos realizacijos centras“ (toliau – UAB „BRC“) reklamos, kurioje, pasak pareiškėjo, teigiama, kad moterys renkasi automobilį tik pagal spalvą, o vyrai – pagal įvairias automobilių technines specifikacijas (toliau – reklama). Pareiškėjas skunde nurodė, kad reklama transliuojama per UAB „Žinių radijas“ radijo stotį.

Lietuvos Respublikos lygių galimybių kontrolierė Agneta Skardžiuvienė (toliau – lygių galimybių kontrolierė), vadovaudamasi Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 30 str. 1 ir 2 d., 2018 m. spalio 23 d. raštu Nr. (18)SN-192)S-630 „Dėl informacijos pateikimo“ kreipėsi į UAB „Žinių radijas“ vadovą ir paprašė per 5 darbo dienas nuo reikalavimo pateikti informaciją gavimo dienos (kaip galima skubiau) informuoti, ar reklama yra transliuojama per UAB „Žinių radijas“ radijo stotį, jei taip, kas yra šios reklamos užsakovas ir kokių laikotarpiu ši reklama yra transliuojama. Taip pat prašyta pateikti reklamos garso įrašą (arba nuorodą į prieigą internete).

Lygių galimybių kontrolierė, vadovaudamasi Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 30 str. 1 ir 2 d., 2018 m. spalio 23 d. raštu Nr. (18)SN-192)S-631 „Dėl informacijos pateikimo“ kreipėsi į UAB „BRC“ vadovą ir paprašė per 5 darbo dienas nuo reikalavimo pateikti informaciją gavimo dienos (kaip galima skubiau) atsakyti į klausimus:

1. Ar reklama yra transliuojama per UAB „Žinių radijas“ radijo stotį, jei taip, kas yra šios reklamos užsakovas ir kokių laikotarpiu ši reklama yra transliuojama?
2. Kas yra atsakingas už reklamos viešinimą bei kas apmoka už šios reklamos viešinimą?
3. Kokia yra reklamos sukūrimo idėja, kokių tikslų siekiama šia reklama, kokioje kitoje viešojoje erdvėje bei kokių laikotarpiu yra publikuojama ši reklama?

Kartu prašyta pateikti kitą reikšmingą informaciją, susijusią su atliekamu skundo tyrimu dėl aptariamų reklamos.

Lygių galimybių kontrolierė

n u s t a t ė:

UAB „Žinių radijas“ generalinis direktorius-vyriausiasis redaktorius 2018 m. rugsėjo 28 d. rašte Nr. R-058 „Dėl informacijos pateikimo“ patvirtino, kad radijo stotyje „Žinių radijas“ yra transliuojama reklama, kurioje teigiama, kad moteris automobilį renkasi pagal spalvą, o vyras pagal įvairias automobilio specifikacijas, o šios reklamos užsakovas yra UAB „BRC“. UAB „Žinių radijas“ rašte informuojama, kad reklama buvo transliuojama 2018 m. liepos 9 – rugpjūčio 31 dienomis bei nuo rugsėjo 3 iki lapkričio 30 dienos.

UAB „Žinių radijas“ kartu su atsakymu pateikė nuorodą internete, kurioje publikuojama šio turinio aptariama reklama: „Nu niekaip negaliu rasti oranžinio automobilio (*moteriškas balsas*). Taip, aš irgi niekur nerandu automobilio su linijų asistentu, aktyvia pakaba, atstumo palaikymo sistema, galine kamera. Nenusiminkite, nerandate automobilio Lietuvoje, rinkitės visoje Europoje. BRC autocentras – oficialus mobile.de partneris jau 20 metų. Mes pasirūpinsime viskuo, automobilį patikrinsime, atvešime, sutvarkysime dokumentus, suteiksime lizingą ir garantiją ir tai užtruks tik savaitę. BRC.LT (*vyriškas balsas*).“

UAB „BRC“ direktorius 2018 m. spalio 30 d. rašte „Dėl atsakymo į raštą“ informavo, kad per UAB „Žinių radijas“ stotį reklama transliuojama UAB „BRC“ užsakymu; direktorius paaiškino, kad jo vadovaujama bendrovė yra atsakinga už šią reklamą ir apmoka už ją.

UAB „BRC“ direktorius informavo, jog reklama norėta paaiškinti klientams, kad jo vadovaujama bendrovė potencialiems klientams gali pagelbėti išsirinkti automobilį pagal kiekvieno skonį arba kriterijus, tai yram nuo norimos spalvos iki transporto priemonės funkcionalumo, formos ar kitų pageidavimų. UAB „BRC“ direktoriaus teigimu, tokia reklama nenorėta menkinti žmonių, bet buvo siekiama informuoti apie paslaugų spektrą kūrybiniu būdu.

Lygių galimybių kontrolierė

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

Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar publikuota UAB „BRC“ 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.

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 prietariai, 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, paniekinimas 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 lygių 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 UAB „BRC“ reklamą būtina pažymėti, kad ji savo turiniu atitinka minėtuose teisės aktuose įtvirtintos reklamos apibrėžties požymius, nes reklamoje buvo skleidžiama informacija apie UAB „BRC“ bei vartotojai buvo skatinami įsigyti siūlomas paslaugas bei prekes.

Aptariamame reklamos garso įrašė girdimi moters ir vyro balsai, kurie diskutuoja apie norimą įsigyti automobilį. Moteris konstatuoja faktą, kad ji negali rasti oranžinio automobilio, o vyras skundžiasi, kad neranda automobilio su linijų asistentu, aktyvia pakaba, atstumo palaikymo sistema, galine kamera. Taigi iš reklamos teksto galima suvokti, kad pokalbyje dalyvaujanti moteris prioritetą teikia automobilio spalvai, o vyrui yra svarbūs automobilio techniniai duomenys, kai kurie iš jų – lengvinantys parkavimą ir vairavimą kelyje. Tačiau ta aplinkybė, kad moteriai renkantis automobilį yra svarbu atitinkama

automobilio spalva, bet ne techniniai duomenys, nežemina ir nemenkina jos dėl lyties bei neformuoja nuostatų, kad būtent dėl prioriteto teikimo automobilio spalvai ji yra žemesnio intelekto nei vyras, kad tokiu pasirinkimu formuojamos nuostatos, kad vyrai yra pranašesni už moteris. Galima pastebėti, kad kiekvienas individas turi teisę rinktis norimą prekę pagal individualius kriterijus ir šių kriterijų suformavimas, jų nustatymas nemenkina jo kaip žmogaus, veikiau apibūdina jo pageidavimus, norus ir vertybes gyvenime. Tikėtina, jog pirmenybės teikimas norimo įsigyti automobilio spalvai gali formuoti stereotipus, kad moterims yra svarbiau automobilio išorinis grožis nei jo techniniai parametrai, bet šiuo atveju skirtingi poreikiai ir prioritetai nežemina moterų arba vyrų. Todėl darytina išvada, kad aptariama reklama neprieštaruja Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 punktui, ir konstatuotina, kad UAB „BRC“, skelbdama reklamą per UAB „Žinių radijas“ radijo stotį, nepadarė Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 13 str. 2 punkte nustatyto pažeidimo.

Vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 19 str., Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 17 straipsniu, 29 straipsnio 2 dalies 5 punktu,

Lygių galimybių kontrolierė

n u s p r e n d ž i a:

1. Pripažinti skundą dėl UAB „BRC“ reklamos nepagrįstu, nepasitvirtinus nurodytiems pažeidimams.
2. Su sprendimu supažindinti Pareiškėją ir UAB „BRC“ 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