



## LIETUVOS RESPUBLIKOS LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

### SPRENDIMAS

#### DĖL GALIMOS DISKRIMINACIJOS AMŽIAUS PAGRINDU VŠĮ LIETUVOS NACIONALINIO RADIO IR TELEVIZIJOS SKELBTOJE INFORMACIJOJE TYRIMO

2019-04-02 Nr. (17)SN-54)SP-52

Vilnius

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba (toliau – Tarnyba) 2019 m. vasario 28 d. gavo pareiškėjo (Tarnybai pareiškėjo duomenys yra žinomi; toliau – Pareiškėjas) skundą dėl vyresnio amžiaus žmonės galimai žeminančios reklamos, kuri transliuojama per LRT televizijos kanalą (toliau – reklama). Pareiškėjo teigimu, reklamoje (telefonu 2019 m. kovo 1 d. Pareiškėjas paaiškino, kad tai yra LRT televizijos kanalu planuojamos transliuoti laidos anonsas) vaizduojami pagyvenę žmonės ir joje teigiama: „Liko nedaug“. Pareiškėjo nuomone, tokia reklama atvirai tyčiojama iš pagyvenusių žmonių, kuriems tikrai gyvenime daug neliko (tikėtina, kad liko nedaug metų gyventi).

Lietuvos Respublikos lygių galimybių kontrolierė Agneta Skardžiuvienė (toliau – lygių galimybių kontrolierė), vadovaudamasi Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 30 str. 1 ir 2 dalimis, 2019 m. kovo 5 d. raštu Nr. (19)SN-54)S-207 „Dėl informacijos pateikimo“ kreipėsi į VŠĮ Lietuvos nacionalinį radiją ir televiziją (toliau – NRTV) vadovą ir paprašė per 5 darbo dienas nuo reikalavimo pateikti informaciją gavimo dienos (kaip galima skubiau) pateikti motyvuotus paaiškinimus ir atsakyti į klausimus:

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

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

Kartu prašyta pateikti reklamos vaizdo klipo įrašą arba jo nuorodą bei kitą reikšmingą informaciją, susijusią su atliekamu skundo dėl aptariamąs reklamos tyrimu.

## Lygių galimybių kontrolierė

## n u s t a t ė:

NRTV generalinė direktorė 2019 m. kovo 12 d. raštu Nr. 4RA-266-(A1) informavo, kad aptariamieji klipai (Pareiškėjo nurodyta reklama) yra atnaujintos LRT.LT portalo kampanijos dalis, o pačios kampanijos tikslas – pranešti, kad senasis LRT.LT portalas keičiamas naujuoju, tuo esą paremta ir kūrybinė idėja – atsisveikinimas su senuoju portalu, klipų personažais parinkti vyresni žmonės, nes jie turi daugiau gyvenimiškos patirties, jų stiprybė yra žinoti, ką reiškia dabartis ir praeitis. NRTV rašte paaiškinama, kad šiandieninėse reklamose vyrauja jauni veidai, tad nuspręsta priminti, jog visuomenė yra įvairi, kaip ir visuomeninio transliuotojo auditorija. Pasak NRTV generalinės direktorės, naujo LRT.LT portalo informavimo kampaniją sudarė 3 klipų serija: pirmuoju klipu buvo siekta patraukti dėmesį ir skatinti žmones spėlioti, apie ką čia kalbama, kam „liko nedaug“ (klipas publikuojamas interneto svetainėje <https://www.youtube.com/watch?v=jC6SvNszYUk>); antruoju klipu užsiminta, kad dainuojama apie LRT.LT portalą, jo netobulumą, ir nuspręsta nebijoti pasijuokti iš savęs, ironiškai pažvelgti į techninius senojo portalo trūkumus (klipas publikuojamas interneto svetainėje <https://www.youtube.com/watch?v=L1LSm2150nU>); trečiasis klipas (klipas publikuojamas interneto svetainėje [https://www.youtube.com/watch?v=zx\\_aw4LozeA](https://www.youtube.com/watch?v=zx_aw4LozeA)) pradėtas rodyti startavus atnaujintam LRT.LT portalui. „Ankstesnių klipų užuominos tampa aiškia žinute: „Pradžioje buvo LRT. Ir taškas. Padėkime šį tašką iš naujo. LRT.LT“, – teigia NRTV generalinė direktorė (*šios ir kitų citatų kalba netaisyta*).

NRTV generalinė direktorė pažymi, kad klipo aktoriai „aprauda“ ne save, o seną portalą, o reklamos auditorija yra įvairaus amžiaus žmonės – jaunimas, šeimos, senjorai. NRTV rašte teigiama, jog NRTV supranta, kad šie klipai, jų turinys ir forma galėjo sukelti nevienareikšmių emocijų, ir atkreipia dėmesį, kad sąmoningai nesiekė įžeisti, įskaudinti vyresnės kartos žiūrovų, nes bendravimas su vyresnio amžiaus žmonėmis parodė, kad esminė problema yra ne LRT.LT portalo klipas, bet didelė socialinė atskirtis, dažnas vyresnių žmonių skurdas ir vienatvė.

NRTV generalinė direktorė informavo, kad UAB „Spinter tyrimai“ 2019 m. vasario 28 d. ir kovo 1–2 dienomis atliko kokybinį „focus“ grupės tyrimą, kurio metu vyresnių nei 50 metų žmonių, be kitų klausimų, buvo teiraujamosi apie LRT.LT portalo klipą ir apklaustieji asmenys neteigė, kad dėl klipų rodymo viešojoje erdvėje jaučiasi įžeisti arba kad iš jų tyčiojamosi. NRTV generalinė direktorė patikino, kad transliuojamais klipais buvo siekiama vienintelio tikslo, tai yra pranešti apie portalo pasikeitimą, ir

informavo, kad nuo 2019 m. kovo 8 d. pirmas ir antras klipai nebetransliuojami, rodomas tik trečiasis klipo variantas, kuriame yra tik įgarsinta grafika.

Lygių galimybių kontrolierė

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

Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar NRTV, transliuodamas LRT televizijos kanalu informaciją apie LRT.LT portalo pakeitimą (toliau – informaciniai klipai), nepažeidė Lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 punkto, kuriuo prekių pardavėjas, gamintojas ar paslaugų teikėjas, suteikdamas vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuodamas, užtikrinti, kad šioje informacijoje nebūtų išreiškiamas pažeminimas, paniekimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas lyties, rasės, tautybės, pilietybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų, amžiaus, lytinės orientacijos, negalios, etninės priklausomybės, religijos pagrindu ir nebūtų formuojamos visuomenės nuostatos, kad dėl šių požymių asmuo yra pranašesnis ar menkesnis už kitą. Taigi buvo atliekamas tyrimas dėl galimos diskriminacijos amžiaus pagrindu vartotojų teisių apsaugos srityje.

Europos Parlamento 2008 m. rugsėjo 3 d. rezoliucijos dėl rinkodaros ir reklamos įtakos moterų ir vyrų lygybei (2008/2038(INI)) 19 punkte nustatyta, kad 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.

Lygių galimybių įstatymo 8 str. 2 punkte nustatyta, kad prekių pardavėjas, gamintojas ar paslaugų teikėjas, suteikdamas vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuodamas, privalo užtikrinti, kad šioje informacijoje nebūtų išreiškiamas pažeminimas, paniekimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas *inter alia* amžiaus pagrindu ir nebūtų formuojamos visuomenės nuostatos, kad dėl šio požymio asmuo yra pranašesnis ar menkesnis už kitą. To paties įstatymo 10 straipsnyje nustatyta, kad lygių galimybių pažeidimu laikomas minėto įstatymo 8 str. 2 punkte įtvirtintų pareigų nevykdymas ar netinkamas vykdymas.

Lygių galimybių įstatymo 2 str. 1 dalyje diskriminacija apibrėžiama kaip tiesioginė ir netiesioginė diskriminacija, priekabiavimas, nurodymas diskriminuoti lyties, rasės, tautybės, pilietybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų, amžiaus, lytinės orientacijos, negalios, etninės priklausomybės, religijos pagrindu. Lygių galimybių įstatymo 2 str. 9 dalyje tiesioginė diskriminacija apibrėžiama kaip elgesys su asmeniu, kai lyties, rasės, tautybės, pilietybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų, amžiaus, lytinės orientacijos, negalios, etninės priklausomybės, religijos pagrindu jam taikomos mažiau palankios sąlygos, negu panašiomis aplinkybėmis yra, buvo ar būtų taikomos kitam asmeniui.

Amžius yra vienas iš žmogaus tapatybės požymių, dėl kurio Lygių galimybių įstatymu yra draudžiamas mažiau palankus traktavimas vartotojų teisių apsaugos srityje. Amžius yra žmogaus savybė, tapatybės požymis, kuris yra reliatyvus žmogui senėjant ir dėl kurio įvairiais savo gyvenimo tarpsniais žmogus gali patirti mažiau palankų elgesį, tai yra, tiek jaunas žmogus, tiek vidutinio ar vyresnio amžiaus žmogus gali patirti diskriminaciją dėl savo amžiaus, atsižvelgiant į tai, kokiomis aplinkybėmis, kokioje situacijoje ir su kokio palyginamojo amžiaus asmenimis jis sieja mažiau palankų savęs vertinimą.

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 NRTV transliuotus informacinius klipus kaip reklamos objektus, būtina pažymėti, kad jie savo turiniu atitinka Reklamos įstatyme įtvirtintos reklamos apibrėžties požymius, nes informaciniuose klipuose buvo skleidžiama informacija apie NRTV teikiamą paslaugą, tai yra atnaujintą LRT.LT portalą, o paties informacinio klipo vaizdo transliacijos metu apatiniame dešiniajame kampe yra ženklas LRT/HD.

Pirmajame informaciniame klipe, kurio pavadinimas „Liko nedaug.# LRT taškas LT“, dvi vyresnio amžiaus dainininkės, vėliau prie jų prisijungia trečia dainininkė, akompanuojant taip pat vyresnio amžiaus vyrui, liūdnais balsais ir atitinkamai liūdna ir rimta veido išraiška dainuoja: „Kas lengviau – pabaigti ar pradėti. Mes sukame galvas, blaškomės. Pasivijome mamą ir tėtį, todėl dedame ne daugtaškį – tašką“. Informaciniame klipe visos trys moterys ir vyras vaizduojami ankstesnius dešimtmečius iliustruojančiame interjere, kuriame stovi senovinis, tikėtina, nespalvoto vaizdo, lempinis televizorius. Toliau ekrane rodomas užrašas „Liko nedaug“ ir šie žodžiai ištariami balsu.

Taigi vertinant pirmajame informaciniame klipe vaizduojamus žmones, bendrą nuotaiką ir dainos žodžius, galima įžvelgti dviprasmiškų užuominų apie tai, kad vyresnio amžiaus žmonės tapatinami su tam tikru pasyvumu, susitaikymu ir neišvengiama pabaiga, reiškiančia darbinės veiklos, aktyvaus

gyvenimo ir apskritai fizinio gyvenimo baigtį. Atkreiptinas dėmesys, kad pagal informaciniame klipe rodomų asmenų vaizdą nėra galimybių tiksliai apibrėžti šių žmonių amžių, tačiau iš bendro konteksto, elgsenos, aprangos detalių galima suvokti, ir tai vizualiai akivaizdu, kad siekiama parodyti vyresnio, 55 metų amžiaus ribą perkopusius asmenis. Dainoje nuskambėję žodžiai: „pasivijome mamą ir tėtį“, kurie, tikėtina, jau yra iškeliaavę Anapilin, gali suponuoti nuomonę, kad ir vyresnio amžiaus žmonėms jau nedaug liko, nes jie artinasi prie išėjimo iš šio pasaulio slenksčio. Galima daryti išvadą, kad informaciniame klipe pasirinktu vyresnio amžiaus asmenų vaizdavimu, muzikiniiais intarpais gali būti formuojami ir įtvirtinami stereotipai, kad vyresnio amžiaus žmonės yra vangesni, pesimistiškai nusiteikę, suvokiantys neišvengiamą gyvenimą baigtį, tai jiems, be kita ko, ir netiesioginėmis užuominomis primenama, ir jiems lyg ir nebelieka kuo džiaugtis gyvenime, todėl jie galimai lieka aktyvaus socialinio gyvenimo užribyje.

Antrajame informaciniame klipe, kurio pavadinimas „Viskas. # LRT taškas LT“, dvi vyresnio amžiaus dainininkės, akompanuojant taip pat vyresnio amžiaus vyrui, tokiais pačiais liūdnamis balsais ir liūdnam bei rimta veido išraiška dainuoja: „Sakė senas lėtas, užlūžta. Archyvas painus, netobulus. Nerandu Kelmickaitės, Gustavo, nors *apsas* galbūt ir neblogas“. Toliau ekrane rodomas užrašas „Viskas“ ir tai ištariama balsu.

Trečiajame informaciniame klipe, kurio pavadinimas „Taškas. # LRT taškas LT“, tos pačios trys vyresnio amžiaus dainavusios moterys sėdėdamos šluostosi ašaras, o akompanavęs vyras praeina pro jas ir taria žodžius „Viso gero, ponios“. Toliau ekrane rodomas užrašas „Taškas“, toliau skamba ir rašomi žodžiai: „Pradžioje buvo LRT ir taškas. Pradėkime šį tašką iš naujo. LRT.LT“.

Vertinant visus tris informacinius klipus neatsiejamai ir sistemiškai, galima daryti išvadą, kad pasirinktas informacijos apie naują siūlomą paslaugą pateikimo būdas, informacinio klipo turinys gali būti suvokiami dviprasmiškai ir skaudinamai, nes tokiu vaizdavimu išreiškiamas priminimas apie besiantinančią baigtį, o ši baigtis objektyviai labiau siejama su vyresnio amžiaus žmonėmis. Todėl rekomenduotina informacijoje apie suteikiamas paslaugas arba jų reklamoje vengti dviprasmiškų, galimai žeidžiančių, vaizdavimo būdų, kurie gali skaudinti žmones dėl jų amžiaus (be kita ko, ir dėl kitų asmens tapatybės požymių). Kiekviena paslaugų reklama arba informacija apie paslaugas neturi pažeisti visuomenėje vyraujančių padorumo normų, pagarbos žmogaus orumui reikalavimų.

Tačiau nagrinėjamu atveju negalima įžvelgti, kad vyresnių žmonių vaizdavimu reklamoje jie yra žeminami ar niekinami dėl savo amžiaus ir kad formuojamos nuostatos, jog vyresnio amžiaus žmonės yra menkesni, mažiau pranašesni nei jaunesnio amžiaus asmenys. Taigi, nagrinėjamu atveju nėra teisinio pagrindo reklamoje įžvelgti Lygų galimybių įstatymo 8 str. 2 punkte nustatyto pažeidimo sudėties požymių.

Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta, bei vadovaudamasi 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 nepagrįstu, nenustačius Lygių galimybių įstatymo pažeidimo požymių.
2. Su sprendimu supažindinti Pareiškėją ir NRTV generalinę direktorę.

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