



LIETUVOS RESPUBLIKOS LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

SPRENDIMAS

DĖL GALIMOS DISKRIMINACIJOS LYTIES PAGRINDU UAB „VOLLIT“ SKELBIAMOJE REKLAMOJE TYRIMO

2020-10-27 Nr. (20)SN-149)SP-149
Vilnius

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyboje 2020 m. rugsėjo 30 d. gautas pareiškėjo (toliau – Pareiškėjas; asmens duomenys žinomi) skundas dėl lauko reklamos, esančios ant Birželio 23-ioios gatvės pastato Nr. 15, Vilniuje (toliau – Reklama; Reklamos nuotrauka pateikta kartu su skundu). Pareiškėjo teigimu, „Reklama aiškiai teigiama, jog medžioklė / ginklai skirti išimtinai „vyrams““ ir „tai akivaizdžiai žemina ir nuvertina moterų padėtį bei formuoja visuomenės nuomonę, jog viena lytis yra pranašesnė už kitą“. Reklamos nuotraukoje skelbiamas užrašas: „VOLLIT čia renkasi vyrai... www.vollit.lt“.

Lietuvos Respublikos lygių galimybių kontrolierė Agneta Skardžiuvienė (toliau – lygių galimybių kontrolierė), vadovaudamasi Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 30 str. 1 ir 2 d., 2020 m. spalio 6 d. raštu Nr. (20)SN-149)S-538 „Dėl informacijos pateikimo“ kreipėsi į uždarnosios akcinės bendrovės „Vollit“ direktorių ir paprašė per 5 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 už šios Reklamos viešinimą?“

2. Kokia yra Reklamos sukūrimo idėja, kokių tikslų siekiama šia Reklama, kokioje viešojoje erdvėje bei koku laikotarpiu yra publikuojama ši Reklama?“

Kartu prašyta pateikti kitą reikšmingą informaciją, susijusią su atliekamu skundo tyrimu dėl aptariamąs Reklamos.

Lygių galimybių kontrolierė

n u s t a t ė:

UAB „Vollit“ direktorius 2020 m. spalio 8 d. raštu Nr. V-2020-10/8-1 informavo, kad užrašą ant UAB „Vollit“ žaliuzių patalpino buvęs UAB „Vollit“ parduotuvės vedėjas, kuris šiuo metu UAB „Vollit“ nebedirba; pasak UAB „Vollit“ direktoriaus, „užrašas niekur neviešinamas ir niekas už jį nemoka“, taip pat informavo, kad kitose vietose ši Reklama nebuvo publikuojama.

UAB „Vollit“ direktorius paaiškino, kad Reklamos sukūrimo idėjos pakomentuoti negali, bet „mintis buvo ta, kad pritraukti daugiau klientų“. UAB „Vollit“ direktorius atsiprašė dėl to, kad reklama galimai ką nors įžeidė, bei informavo, kad minėtas užrašas nutrintas.

UAB „Vollit“ direktorius kartu su 2020 m. spalio 8 d. raštu pateikė Reklamos nuotrauką, kurioje matoma, kad užrašas „VOLLIT čia renkasi vyrai... www.vollit.lt“ buvo pakoreguotas taip, kad jame neliko žodžio „vyrai“ ir Reklamoje liko užrašas: „VOLLIT čia renkasi www.vollit.lt“.

Lygių galimybių kontrolierė

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

Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar publikuota UAB „Vollit“ Reklama nepažeidžia Lietuvos Respublikos moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 punkto, kuriuo 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.

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 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, juse 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 Tarybos Parlamentinės Asamblėjos 2007 m. birželio 26 d. rekomendacijos Nr. 1799 „Dėl moterų įvaizdžio reklamoje“ 7 punkte konstatuojama, kad reklamose išlieka neigiamai vaizduojamų moterų įvaizdžiai, o tai iš dalies lemia, kad daugelyje Europos valstybių nėra tinkamų įstatymų arba kad reklamos kodeksai yra ignoruojami arba apskritai nėra priimti; 8 punktu Europos Taryba prašo valstybių narių imtis reikiamų veiksmų, siekiant užtikrinti, kad nepaisant bet kokios naudojamos formos moterų įvaizdis būtų gerbiamas, išsaugant orumą ir nediskriminuojant, laikantis pagrindinio saviraiškos laisvės principo, atmetant bet kokią cenzūros formą.

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 punktu 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.

Taigi, akivaizdu, jog Europos Tarybos bei Europos Parlamento rezoliucijose pabrėžiama, kad reklamoje turi būti užtikrinama pagarba žmogaus orumui, žmogus negali būti menkinamas, žeminamas dėl savo lyties, reklama negali būti formuojami lyčių stereotipai, nes iš šių stereotipų gali kilti diskriminacinis elgesys.

Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo 39 str. 1 dalyje įtvirtinti reikalavimai reklamai ir audiovizualiniams pranešimams bei nustatyta, kad reklamoje, komerciniuose audiovizualiniuose pranešimuose draudžiama skelbti informaciją, kurioje žeminamas žmogaus orumas, diskriminuojama ar skatinama diskriminuoti dėl rasės, lyties, seksualinės orientacijos ar etninės kilmės, tautybės, pilietybės, religijos arba tikėjimo, negalios, amžiaus, taip pat neturi būti įžeidžiami religiniai jausmai ar politiniai įsitikinimai, skatinamas sveikatai ar saugai pavojingas elgesys, taip pat aplinkos apsaugai ypač žalingas elgesys.

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo 4 straipsnio, reglamentuojančio bendruosius reikalavimus reklamai, 2 d. 2 punkte nustatyta, kad reklama yra draudžiama, jeigu žeminama žmogaus garbė ir orumas, o 2 d. 3 punkte nustatyta, kad reklama yra draudžiama, jeigu joje kurstoma tautinė, rasinė, religinė, lyčių ar socialinė neapykanta ir diskriminacija, taip pat šmeižiama ar dezinformuojama.

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.

Reklamos apibrėžtis yra įtvirtinta Visuomenės informavimo įstatymo bei Reklamos įstatymo nuostatose. 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. Reklamos įstatymo 2 str. 8 dalyje 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 „Vollit“ Reklamą, būtina pažymėti, kad ji savo turiniu atitinka minėtuose teisės aktuose įtvirtintos reklamos apibrėžties požymius, nes Reklamoje skleidžiama informacija apie UAB „Vollit“ veiklą, skelbiamas šios įmonės pavadinimas, nurodytas Bendrovės interneto svetainės adresas, o vartotojams teikiama informacija apie galimybę įsigyti ginklų, medžioklės reikmenų (Reklama įrengta ant parduotuvės „Ginklai. Medžioklės reikmenys“ pastato, t. y. įėjimo durys yra uždengtos žaliuzėmis su aptariama Reklama.

Moterų ir vyrų lygių galimybių 2 str. 1 d. diskriminacija apibrėžiama kaip tiesioginė ir netiesioginė diskriminacija, seksualinis priekabiavimas, priekabiavimas, nurodymas tiesiogiai ar netiesiogiai diskriminuoti dėl lyties, o 2 str. 7 d. tiesiogine diskriminacija apibrėžiamas ne toks palankus asmens traktavimas dėl lyties, negu panašiomis aplinkybėmis yra, buvo ar būtų traktuojamas kitas asmuo. Taigi, identifikuojant galimą diskriminavimą lyties pagrindu, yra atliekamas palyginimas tarp skirtingos lyties asmenų ir vertinama, ar panašiomis aplinkybėmis jie yra vertinami vienodai, ar jiems taikomas vienodo elgesio principas.

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 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. Vertinant prekių ir paslaugų reklamą lyčių lygybės aspektu, būtina nustatyti, ar vertinama reklama neprieštarauja Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatyme nustatytiems pareigoms, kurių privalo laikytis prekių pardavėjai, gamintojai ir paslaugų teikėjai skelbdami informaciją apie prekes ir paslaugas arba jas reklamuodami. Taigi, nagrinėjamu atveju būtina nustatyti, ar vertinamoje Reklamoje yra formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą, taip pat vartotojai diskriminuojami dėl jų lyties.

Objektyviai Reklamoje matomas užrašas „VOLLIT čia renkasi vyrai... www.vollit.lt“, tai yra, Reklama leidžiama suvokti, kad parduotuvėje, esančioje Birželio 23-iosios gatvėje Nr. 15, Vilniuje, kurioje prekiaujama ginklais ir medžioklės reikmenimis (ginklai, batai, drabužiai ir kt. medžioklei skirtos prekės), esą renkasi tik vyrai. Galima teigti, kad tokiu užrašu yra įtvirtinami stereotipai, jog ginklai, medžioklė yra siejami išskirtinai su vyrais, tai yra, vyrų laisvalaikiui, medžioklei ir savigynai reikalingos

prekės parduodamos būtent UAB „Vollit“ parduotuvėje. Be abejonės, tam tikri vartotojai, ypač moterys, pamačiusios tokį Reklamos užrašą, gali pasijusti sutrikę ir pabijoti užėiti į UAB „Vollit“ parduotuvę, manydami, kad parduotuvė skirta tik vyrams. Tačiau konkrečios informacijos apie tai, kad Reklamos užrašas trukdė tam tikriems vartotojams apsilankyti parduotuvėje, tyrimo metu nebuvo gauta.

Tenka konstatuoti, kad pats užrašas savo turiniu atspindi ir kartu formuoja stereotipus apie vyrų pomėgius, pavyzdžiui, medžioti arba šiaip kolekcionuoti ginklus, bet neformuoja nuostatų, kad moterys pačios savaime yra vertinamos menčiau nei vyrai, nes jų pomėgiai nesiejami su ginklais ir medžiokle. Ta aplinkybė, kad vyrai, kurių interesai, tikėtina, priešingai nei moterų, yra siejami su ginklais ir medžiokle, nesuponuoja savaime jų didesnės vertės ir dėl to jie neatsiduria aukštesnėje padėtyje nei moterys, kurių interesų sritis galbūt yra nukreipta į kitokių parduotuvių asortimentą. Vyrų ar moterų domėjimasis tam tikromis sritimis, specifiniai interesai, kurie dažnai viešojoje erdvėje tapatinami su skirtingomis lytimis, patys savaime nenuvertina ir nemenkina tam tikros lyties asmenų vieni kitų atžvilgiu, tačiau įtvirtina įsišaknijusius stereotipus apie lyčių socialinius vaidmenis visuomenėje. Taigi Reklama simbolizuoja stereotipus, tačiau stereotipų formavimas reklamoje nėra laikomas Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 13 str. 2 punkto pažeidimu, nes nesudaro šios pažeidimo sudėties požymių.

Galima pastebėti, jog pats Reklamos užrašas gali formuoti ir stereotipą apie vyrus apskritai, kad vyrai, įsigydami ginklus, tampa „stipriais vyrais“, kurie visuomenei gali asocijuotis su agresija, smurtu, gyvūnų šaudymu, jėgos naudojimu.

Pažymėtina, kad skundo tyrimo metu nebuvo gauta informacijos, to nenurodė ir Pareiškėjas, kad šia Reklama būtų apribotos moterų teisės patekti į parduotuvę ir įsigyti norimų prekių. Taigi skundo tyrimo metu nebuvo gauta duomenų, kuriais remiantis būtų galima konstatuoti, kad aptariama Reklama vartotojai diskriminuojami dėl lyties.

Kartu būtina pastebėti, kad skundo tyrimo metu UAB „Vollit“ Reklamoje panaikino užrašo dalį, kuria skalbiama „čia renkasi vyrai“, pakeisdama ją „čia renkasi“.

Taigi, atsižvelgiant į pirmiau išdėstytas aplinkybes, įvertinus tyrimo metu gautus paaiškinimus ir informaciją, konstatuotina, kad UAB „Vollit“, publikuodama aptariamą Reklamą, nepadarė Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 13 str. 2 punkte įtvirtinto pažeidimo.

Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta, bei vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 19 str., Lygių galimybių įstatymo 14 str., 29 str. 2 dalies 5 punktu,

Lygių galimybių kontrolierė

n u s p r e n d ž i a:

1. Pripažinti skundą nepagrįstu, nepasitvirtinus Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 13 str. 2 punkto pažeidimui.
2. Su sprendimu supažindinti Pareiškėją ir UAB „Vollit“.

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.

PRIDEDAMA. Reklama, 2 lapai.

Lygių galimybių kontrolierė

Agneta Skardžiuvienė



