



LIETUVOS RESPUBLIKOS LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

SPRENDIMAS

DĖL GALIMAI DISKRIMINUOJANČIOS LYTIES PAGRINDU UAB „MŪSŲ KRYPTIS“ REKLAMOS TYRIMO

2017-02-06 Nr. (17)SI-2)SP-12

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba (toliau – Tarnyba) gavo informaciją apie moteris žeidžiančią reklamą, kuri publikuojama socialinio tinklalapio Facebook paskyroje „Motoakademija“ (nuoroda: <https://www.facebook.com/motoakademija.lt/posts/10154048613441078>). Minėta reklama vaizduoja keliu einančią merginą, dėvinčią trumpą sijoną, bei pro šalį važiuojantį motociklininką, kuris agresyviai bando nuplėšti nuo jos drabužį, o tekste skelbiama apie 350 eurų vertės dovaną A kategorijos (tikėtina vairavimo) kursams (toliau – ir reklama). Socialinio tinklalapio Facebook paskyroje „Motoakademija“ nurodomas interneto svetainės adresas www.motoakademija.lt, kuriame informuojama apie UAB „Mūsų kryptis“ (toliau – ir bendrovė) veiklą.

Lygių galimybių kontrolierė A. Skardžiuvienė (toliau – ir Kontrolierė), vadovaudamasi Lietuvos Respublikos moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 19 str., Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 24 str. 3 d., nusprendė pradėti tyrimą savo iniciatyva dėl galimo Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 p. pažeidimo, pagal kurį prekių pardavėjas, gamintojas ar paslaugų teikėjas privalo, suteikdamas vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuodamas, 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.

Kontrolierė, vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 30 str. 1 dalimi, 2017 m. sausio 4 d. raštu Nr. (17)SI-2)S-5 kreipėsi į UAB „Mūsų kryptis“, prašydama paaiškinti: kokiu laikotarpiu ir kokioje viešoje erdvėje skelbiama aptariama reklama; kas yra atsakingas už šios reklamos sukūrimą bei kieno nurodymu ji pradėta publikuoti; kokia yra aptariamos reklamos idėja, sukūrimo ir publikavimo tikslas, koks produktas yra reklamuojamas ir kokia yra reklamos tikslinė grupė. Taip pat prašė pateikti kitą, svarbią informaciją ir paaiškinimus, susijusius su atliekamu tyrimu.

Kontrolierė, vadovaudamasi Lygių galimybių įstatymo 30 str. 1 d., 2017 m. sausio 6 d. raštu Nr. (16)SI-2)S-15 „Dėl Facebook paskyroje „Motoakademija“ publikuojamos reklamos įvertinimo“ kreipėsi

į Lietuvos reklamos asociaciją „Lietuvos reklamos biuras“, prašydama pateikti reklamos vertinimą dėl galimo prieštaravimo Lietuvos Respublikos nacionalinei teisei, visuomenėje galiojančioms moralės normoms bei Lietuvos reklamos etikos kodeksui.

Lygių galimybių kontrolierė

n u s t a t ė:

1. UAB „Mūsų kryptis“ 2017 m. sausio 9 d. gautame rašte nurodė, kad reklama pradėta skelbti 2016 m. gruodžio 20 d. socialinio tinklalapio Facebook vairavimo mokyklos „Motoakademija“ paskyroje. Reklamos idėja buvo paskelbti konkursą, kurio metu galima laimėti A kategorijos vairavimo kursą. Taip tikėtasi paskatinti žmones dalyvauti konkurse ir pritraukti susidomėjimą vairavimo mokykla „Motoakademija“. Reklamos tikslinė grupė: vyrai ir moterys nuo 18 metų. Reklamoje vairuojančio asmens lyties nuspėti negalima, nes žmogus su šalmu. Bendrovė neįžvelgia reklamoje nieko žeminančio ir niekinančio, tačiau atsižvelgiant į tai, kad Tarnyboje pradėtas tyrimas dėl šios reklamos, nutarta minėtą reklamą pašalinti iš Facebook profilio.

2. Lietuvos reklamos asociacija „Lietuvos reklamos biuras“ 2017 m. sausio 12 d. gautame rašte Nr. 20160112 nurodė, kad reklama pažeidžia Lietuvos reklamos etikos kodekso kelis punktus: 1. Padorumas. Reklama neturi pažeisti visuomenėje vyraujančių padorumo normų. Jokia reklama negali pažeisti gero skonio, padorumo, pagarbos žmogaus orumui reikalavimų. 5. Smurtas ir antisocialinis elgesys. Reklama neturi toleruoti ar skatinti smurto, žiaurumo, antisocialinio elgesio. 10. Saugumas ir sveikata. Jokia reklama negali skatinti ar toleruoti pavojingą, neapdairų vairavimą arba kelių eismo taisyklių pažeidimus.

Lygių galimybių kontrolierė

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

Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar socialinio tinklalapio Facebook paskyroje „Motoakademija“ publikuojama UAB „Mūsų kryptis“ reklama, vaizduojanti keliu einančią merginą, dėvinčią trumpą sijoną, bei pro šalį važiuojantį motociklininką, kuris agresyviai bando nuplėšti nuo jos drabužį, o tekste skelbiama apie 350 eurų vertės dovaną A kategorijos (tikėtina vairavimo) kursams, neprieštarauja Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 p., įpareigojančiam 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.

1. Pažymėtina, jog tiek Europos Sąjungos, tiek nacionaliniuose teisės aktuose diskriminacija pačia bendriausia šio žodžio prasme reiškia teisių sumažinimą arba atėmimą tam tikrai kategorijai asmenų dėl kokių nors požymių. Asmenų lygybės principas iš esmės reiškia diskriminacijos draudimą, o diskriminacija dažniausiai suprantama, kaip žmogaus teisių varžymas ar tam tikrų privilegijų teikimas atsižvelgiant į lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų požymius.

Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartija, kurios tikslas – saugoti pagrindines žmogaus teises, atitinkančias Žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos garantuojamas teises, draudžia bet kokią diskriminaciją, ypač dėl asmens lyties, rasės, odos spalvos, tautinės ar socialinės kilmės, genetinių bruožų, kalbos, religijos ar tikėjimo, politinių ar kitokių pažiūrų, priklausymo tautinei mažumai, turtinės padėties, gimimo, negalios, amžiaus, seksualinės orientacijos.

Jungtinių Tautų Konvencijos dėl visų formų diskriminacijos panaikinimo prieš moteris 5 str. nuostatos įpareigoja valstybes dalyves 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.

2. UAB „Mūsų kryptis“ reklama, kurioje vaizduojama keliu einanti apnuogintomis kojomis, dėvinti vos sėdmenis dengiantį sijoną mergina, įkūnija moterį, kaip erotiškumo simbolį. Tuo tarpu motociklininkas, važiuojantis pro šalį bei ketinantis nuplėšti nuo jos drabužį, simbolizuoja prievartą, smurtą ir žiaurumą. Moters „kūno kalboje“ neįžvelgiamas pasipriešinimas motociklininko veiksams, todėl susidaro įspūdis, jog reklamoje akcentuojamas paklusnios moters įvaizdis. Koks ryšis yra tarp nepadoriai atrodančios merginos, agresyviai nusiteikusio motociklininko bei vairavimo mokyklos skelbiamo konkurso, neatsakė ir bendrovė, kurios iniciatyva buvo paskelbta minėta reklama. Vienintelis akcentas, siejantis A kategorijos vairavimo kursų ir reklamos vaizdą buvo motociklas, kaip vairavimo priemonė, tačiau nei pats žmogus, sėdintis už motociklo vairo bei agresyviai ketinantis nuplėšti merginos drabužį, nei jo veiksmai neturi jokių sąsajų su vairavimo kursais.

Minėta reklama tik išryškina nusistovėjusį visuomenėje stereotipą, jog moteris dėl savo lyties yra mažiau vertingos nei vyrai. Nuolatos formuojant bei įvairiomis komunikacijos priemonėmis skleidžiant visuomenėje moters kaip fizinio patrauklumo objekto, seksualinių aistrų ir poreikių tenkinimo įvaizdį, menkinamas moterų orumas, deklaratyviai neigiamas pagarbos moterims ugdymas bei formuojami ir

reprodukuojami neigiami, moteris žeminantys stereotipai. Būtent tokių priemonių pagalba diegiami moteris diskriminuojančio elgesio principai ekonominiame, politiniame gyvenime, švietimo ir ugdymo srityje bei šalies kultūroje. Lyčių stereotipai – viena iš diskriminacijos dėl lyties ištakų bei esminė kliūtis, siekiant moterų ir vyrų lygybės, nes stereotipai įtvirtina išankstines nuostatas, priskiriančias atskirai moterims ir vyrams būdingas charakteristikas bei vaidmenis, kuriuos nulemia jų įgimta lytis, ir formuoja seksistinį požiūrį apie moteris.

Reklamoje akivaizdžiai pavaizduota lyčių atskirtis: motociklininkas vaizduojamas kaip tvirtas, savimi pasitikintis, gerai valdantis transporto priemonę, tuo tarpu mergina – erotiška, lengvo būdo ir be jokių ambicijų. Akivaizdu, kad taip kuriamos nuostatos, jog moteris yra nevertinama kaip *Homo sapiens*, t.y. jos protiniai, intelektiniai gebėjimai maskuojami po seksistiniais vaizdais.

Siekiant pakeisti socialinius ir kultūrinius vyrų ir moterų elgesio modelius, tikslinga atsisakyti vienos ar kitos lyties atstovų vaizdavimo, kuris yra pagrįstas vienos lyties nepilnavertiškumo ar pranašumo idėja, arba stereotipišku vyrų ir moterų vaidmeniu. Aplinkybė, jog motociklininkas yra su šalmu, todėl neišku, ar už motociklo vairo sėdi vyras ar moteris, nepaneigia reklamoje merginos vaizduojamo moteriškumo sumenkinimo.

3. Europos Parlamento 2008 m. rugsėjo 3 d. rezoliucijoje „Dėl rinkodaros ir reklamos įtakos moterų ir vyrų lygybei“ ([2008/2038\(INI\)](#)) H p. (toliau – Rezoliucija) pažymima, jog atsižvelgiant į tai, kad lyčių pagrindu diskriminuojantys ir (arba) žeminantys pranešimai reklamoje ir įvairūs lyčių pagrindu kuriami stereotipai sudaro kliūtis vystytis moderniai ir lygiavertei visuomenei, svarbu suteikti moterims ir vyrams tas pačias galimybes nepaisant lyties tobulinti save kaip asmenybę. Rezoliucijoje raginama valstybes nares tinkamomis priemonėmis garantuoti, kad rinkodara ir reklama užtikrintų pagarbą žmogaus orumui ir asmens vientisumui bei 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.

Rezoliucijoje taip pat akcentuojama socializacija, kaip tapatybės, vertybių, įsitikinimų ir požiūrių stiprinantis procesas, kurio metu asmeniui suteikiama vieta ir vaidmuo visuomenėje. Lyčių pagrindu diskriminuojantys ir (arba) žeminantys pranešimai reklamoje ir įvairūs lyčių pagrindu kuriami stereotipai sudaro kliūtis vystytis moderniai ir lygiavertei visuomenei.

Visuomenėje plačiai paplitusi nuostata, jog moteris yra „silpnoji lytis“, o tokio pobūdžio reklama tik dar labiau sustiprina stereotipinę nuostatą, jog moteris yra per silpna pasipriešinti smurtui ir pažeminimui, todėl privalo susitaikyti su nepagarbiu bei žeminančiu elgesiu jos atžvilgiu.

Atsižvelgiant į tai, kad reklama bei rinkodara atspindi kultūrą taip pat prisideda ją kuriant, tikslinga visur ir visuomet formuoti teisingą, pagrįstą lyčių lygybės principu požiūrį į moteris.

Lietuvos Respublikos Konstitucijos 29 str. nurodyta, jog žmogaus teisių negalima varžyti ir teikti jam privilegijų dėl jo lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų pagrindu. Asmenų lygybės principas yra konstitucinės žmogaus prigimtinės teisės būti traktuojamam vienodai garantija. Šis principas įpareigoja vienodus faktus teisiškai vertinti vienodai ir draudžia iš esmės tokius pat faktus savavališkai vertinti skirtingai. Konstitucinis visų asmenų lygybės įstatymui principas pažeidžiamas, kai tam tikra grupė asmenų, kuriems yra skiriama teisės norma, palyginti su kitais tos pačios normos adresatais, yra kitaip traktuojama, nors tarp tų grupių nėra tokio pobūdžio ir tokios apimties skirtumų, kad toks nevienodas traktavimas būtų objektyviai pateisintinas. Asmenų lygybės principas iš esmės reiškia diskriminacijos draudimą, o diskriminacija dažniausiai suprantama, kaip žmogaus teisių varžymas ar tam tikrų privilegijų teikimas, atsižvelgiant į lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų požymius (Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo 1998 m. lapkričio 11 d. nutarimas Nr. 17/97).

4. Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo, kurio paskirtis – užtikrinti, kad būtų įgyvendintos Lietuvos Respublikos Konstitucijoje įtvirtintos moterų ir vyrų lygios teisės, bei uždrausti bet kokią diskriminaciją dėl asmens lyties, ypač kai tai susiję su šeimine ar santuokine padėtimi, 7 str. 2 d. įpareigoja 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. To paties įstatymo 13 str. 2 d. nustato, 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 aptariamą reklamą moterų ir vyrų lygių galimybių požiūriu, konstatuotina, jog reklama yra žeminanti moters orumą bei įtvirtinanti stereotipines nuostatas apie jos erotiškumą ir seksualumą. Atkreiptinas dėmesys, jog antidiskriminaciniai teisės aktai draudžia diskriminuoti tiek vyrus, tiek moteris, todėl reklamuojant prekes ir/ar paslaugas, privaloma vadovautis pagarbos žmogui principu bei savo veiksmais neformuoti visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą.

Toks žeminantis, neestetiškas ir smurtinis moters vaizdavimas reklamoje skatina lyčių nelygybę, nes formuoja menkinantį, nepagarbų požiūrį į moterį, priskiriant jai ne socialiai reikšmingą vaidmenį visuomenėje, bet paverčiant erotiškumo simboliu.

Darytina išvada, kad aptariama reklama prieštarauja Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 7 str. 2 p., įpareigojančiai prekių pardavėjus, gamintojus ar paslaugų teikėjus, suteikiant vartotojams informaciją apie gaminius, prekes ir paslaugas arba jas reklamuojant, užtikrinti, kad joje nebūtų išreiškiamas pažeminimas, paniekkinimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas dėl asmens lyties bei formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą.

Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta, bei vadovaudamasi Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 19 str., Lygų galimybių įstatymo 16 str., 17 str., 29 str. 2 d. 6 p.,

Lygių galimybių kontrolierė

n u s p r e n d ž i a:

1. Įspėti UAB „Mūsų kryptis“ vadovą dėl padaryto pažeidimo.
2. Su sprendimu supažindinti UAB „Mūsų kryptis“ vadovą.

Sprendimas gali būti skundžiamas Lietuvos Respublikos administracinių bylų teisenos įstatymo nustatyta tvarka.

Lygių galimybių kontrolierė

Agneta Skardžiuvienė