



LIETUVOS RESPUBLIKOS LYGIŲ GALIMYBIŲ KONTROLIERIUS

SPRENDIMAS

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

2018-03-15 Nr. (18)SI-1)SP-30

Vilnius

Lygių galimybių kontrolieriaus tarnyba 2018 m. sausio 10 d. gavo informaciją apie socialinio tinklo *Facebook* „Etransport 1424“ paskyroje publikuojamą reklamą (nuoroda: <https://www.facebook.com/etransport.lt/photos/a.1526554580973466.1073741828.1526278017667789/1757719767856945/?type=3&theater>), kurioje nurodytas taksi iškvietimo telefono numeris 8 69 69 69 69 su priedašu „Seksualiausias taksi numeris“ (toliau vadinama ir Reklama). Reklamos fone įrašyti skaičiai „69“, o šalia pavaizduota mergina, vilkinti krūtinę išryškinančią, trumpą geltonos spalvos suknelę. Dėl provokuojamos aprangos ir pozos merginos atvaizdui reklamoje suteikta akivaizdi seksualinė, erotinė potekstė. Reklama galimai pažeidžia įstatymų, reglamentuojančių lygių galimybių principus, nuostatas.

Lygių galimybių kontrolierė A. Skardžiuvienė (toliau – Kontrolierė), vadovaudamasi Lietuvos Respublikos moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 19 str., Lietuvos Respublikos lygių galimybių įstatymo 24 str. 3 dalimi, 2017 m. sausio 3 d. pradėjo tyrimą lygių galimybių kontrolieriaus 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.

2018 m. sausio 15 d. raštu Nr. (18)SI-1)S-36 Kontrolierė kreipėsi į UAB „Dallis“ (toliau vadinama ir Bendrove), prašydama per 3 darbo dienas nuo reikalavimo gavimo dienos (kuo skubiau) pateikti paaiškinimą: kodėl, reklamuojant taksi numerį, reklamos fone vaizduojama mergina provokuojama apranga; kaip reklamoje panaudotas merginos atvaizdas susietas su taksi iškvietimo numeriu; kodėl

pasirinkta būtent tokia merginos vizualizacija reklamoje; kur ši reklama skelbiama ir kokį laikotarpį bus matoma visuomenei; kas atsakingas už šios reklamos viešinimą.

2018 m. sausio 22 d. raštu Nr. (18)SI-1)S-58 Kontrolierė kreipėsi į Lietuvos reklamos biurą, prašydama per 10 darbo dienų pateikti UAB „Dallis“ Reklamos vertinimą dėl galimo prieštaravimo Lietuvos Respublikos nacionalinei teisei bei Lietuvos reklamos etikos kodeksui.

Lygių galimybių kontrolierė

n u s t a t ė:

1. UAB „Dallis“ vadovas 2018 m. sausio 22 d. pateiktu Lygių galimybių kontrolieriaus tarnybai (toliau vadinama ir Tarnyba) elektroniniu laišku informavo, kad Reklamoje pavaizduota mergina vilki stilizuotą taksi vairuotojo uniformą (daugelyje šalių taksi automobiliai yra geltonos spalvos, o besikeičiantys juodi ir balti kvadratai yra taksi simboliai). Reklama yra susijusi ne su taksi iškvietimo telefono numeriu, o su Bendrovės teikiama paslauga. UAB „Dallis“ savo paslaugą apibūdina kaip alternatyvą taksi paslaugoms, todėl Bendrovės paslaugoms reklamuoti pasirinkta mergina, vilkinti stilizuotą taksi vairuotojo uniformą. Reklama skelbiama socialinio tinklo *Facebook* „Etransport 1424“ paskyroje. Konkretus reklamos skelbimo terminas nėra numatytas.

2. Lietuvos reklamos biuras 2018 m. kovo 8 d. pateiktu raštu Nr. 001 Tarnybą informavo, jog dauguma Arbitražo komisijos (toliau – Komisija) narių išreiškė nuomonę, kad UAB „Dallis“ Reklama pažeidžia Reklamos etikos kodekso (toliau – Kodeksas) 1 punktą „Padorumas“. Komisijos nuomone, skleidžiama Reklama žemina moterų orumą, nes ji gali būti priskiriama erotinio pobūdžio informacijos kategorijai. Reklamoje skatinamas orumą žeminantis elgesys, nes moteris vaizduojama kaip objektas, tenkinantis seksualinius poreikius. Minėtos aplinkybės sustiprinamos dviprasmiška skaičių kombinacija ir kita vizualizacija. Šios reklamos naudojimas yra vengtinas.

Lygių galimybių kontrolierė

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

Skundo tyrimo metu buvo vertinama, ar Bendrovės socialinio tinklo *Facebook* „Etransport 1424“ paskyroje publikuojama 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 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 Europos 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.

Bendrovės Reklamoje yra nurodytas taksi iškvietimo telefono numeris 8 69 69 69 69 su priedu „Seksualiausias taksi numeris“. Reklamos fone – skaičiai „69“, o šalia pavaizduota mergina, vilkinti krūtinę išryškinančią, trumpą geltonos spalvos suknelę. Pažymėtina, jog taksi iškvietimo numeris yra sudarytas iš skaičių 69 kombinacijos, kurios viena iš reikšmių yra sekso poza¹. Siekį šiai skaičių kombinacijai ir pačiai Reklamai suteikti seksualinę potekstę patvirtina ir Reklamoje pateikiamas priedas „Seksualiausias taksi numeris“. Šių skaičių kombinacijos fone pavaizduota mergina, vilkinti seksualumą pabrėžiančią aprangą.

Akivaizdu, jog reklamose, kuriose reklamuojamos prekės ir / arba paslaugas, nesusijusios su moteriška lytimi, moters atvaizdas naudojamas kaip įrankis, priemonė, skirta patraukti vyrų dėmesį. Išryškinant atskiras moters kūno vietas, pabrėžiamas jos žmogiškųjų ir intelektinių savybių ignoravimas. Dėl tokio primityvaus, žeminančio, sudaiktinto moters tam tikrų kūno dalių vaizdavimo moteris neabejotinai niekinama ir žeminama.

¹ [https://lt.wikipedia.org/wiki/69_\(reikšmės\)](https://lt.wikipedia.org/wiki/69_(reikšmės)).

Vaizduojant moteriškos lyties atstoves kaip sekso simbolius, formuojamos visuomenės nuostatos, kad apskritai moteris visuomenėje yra vertinama kaip fizinio pasitenkinimo bei malonumų objektas, bet ne kaip lygiavertė vyro partnerė, mąstanti, intelektualiai visuomenės narė. Todėl galima konstatuoti, kad Bendrovės Reklamoje formuojamos nuostatos, jog moteris dėl savo lyties yra mažiau vertingas visuomenės narys nei vyras.

Lietuvos reklamos biuras, vertindamas Reklamą, nurodė, jog ji pažeidžia Kodekso 1 punktą „Padorumas“. Pagal minėtą punktą, reklama neturi pažeisti visuomenėje vyraujančių padorumo normų. Jokia reklama negali pažeisti gero skonio, padorumo, pagarbos žmogaus orumui reikalavimų. Reklama neprieštaruja Kodeksui, jei kai kuriems asmenims ji pasirodo įžeidžianti. Tačiau reklamuotojams patariama vengti neatsargių žodžių ar vaizdų, kurie galėtų įžeisti daugelį žmonių. Kai kurios reklamos, nors ir nepažeidžia įprastų padorumo normų, laikomos nemaloniomis, nes išreiškia požiūrį į tas temas, dėl kurių visuomenės nuomonė yra nevienoda. Tokiu atveju reklamuotojas turi atsižvelgti į visuomenės jautrumą, nes kitaip jis rizikuoja prarasti gerą reputaciją, o dėl to gali nukentėti reklamuojamas produktas. Tada ir pati reklama praranda naudingumą ir svarbą.

Bendrovė nurodo, jog Reklamoje pavaizduota mergina yra su stilizuota taksi vairuotojo uniforma. Galimai suknelę, kurią vilki mergina, būtų įmanoma pavadinti stilizuota taksi vairuotojo uniforma, nes joje vaizduojami taksi elementai, t. y. taksi automobilių spalva (geltona), besikeičiantys balti ir juodi kvadratai (taksi simbolis), tačiau žiūrint į reklamą vertinami ne tik atskiri jos elementai, bet ir jų visuma. Reklamos vaizdas, kai skaičių 69 kombinacijos fone vaizduojama moteris, vilkinti seksualumą išryškinančią aprangą, suponuoja prielaidą, jog Bendrovė reklamuoja ne keleivių pavežimo, bet moterų teikiamas intymias, seksualinio pobūdžio paslaugas.

Sudaiktintai vaizduojant moteris formuojami ir reprodukuojami neigiami, moteris žeminantys stereotipai. Būtent naudojant tokias priemones, ekonominiame, politiniame gyvenime, švietimo ir ugdymo srityje bei šalies kultūroje diegiami moteris diskriminuojančio elgesio principai.

Pažymėtina ir neiginėjama, kad lyčių stereotipai – viena iš diskriminacijos dėl lyties ištakų bei esminė kliūtis, siekiant moterų ir vyrų lygybės, nes stereotipai įtvirtina išankstines nuostatas, priskiriančias išimtinai moterims ir išimtinai vyrams būdingas charakteristikas bei vaidmenis, kuriuos nulemia jų įgimta lytis, ir formuoja seksistinį požiūrį į moteris.

Darytina išvada, kad Bendrovės Reklama su prierišu „Seksualiausias taksi numeris“, jos fone nurodyti skaičiai „69“ bei šalia pavaizduota mergina, vilkinti krūtinę išryškinančią, trumpą geltonos spalvos suknelę, prieštaruja 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, paniekimas arba teisių apribojimas ar privilegijų teikimas dėl asmens lyties bei formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą, ir atitinka Moterų ir vyrų lygių galimybių įstatymo 13 str. 1 d. 2 punkte nustatytus moterų bei vyrų lygių teisių pažeidimo požymius, t. y. joje formuojamos visuomenės nuostatos, kad viena lytis pranašesnė už kitą.

Atsižvelgdama į tai, kas išdėstyta, bei vadovaudamasi Lygių galimybių įstatymo 17 straipsniu, 29 straipsnio 2 dalies 7 punktu bei 30 straipsnio 3 dalimi,

Lygių galimybių kontrolierė

n u s p r e n d ž i a:

1. Įpareigoti UAB „Dallis“ nutraukti Reklamos skelbimą per 5 darbo dienas nuo šio sprendimo gavimo dienos.

2. Įpareigoti UAB „Dallis“ išnagrinėti lygių galimybių kontrolieriaus sprendimą ir apie nagrinėjimo rezultatus bei sprendimo vykdymo eigą informuoti lygių galimybių kontrolierių per 30 dienų nuo šio sprendimo gavimo dienos.

3. Su sprendimu supažindinti UAB „Dallis“ 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