

ПРАВОВОЕ РЕГЛАМЕНТИРОВАНИЕ СЕКСИСТСКОЙ РЕКЛАМЫ

ВСТУПИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ

27 мая 2016 года вступили в силу изменения и дополнения в некоторые законодательные акты внесённые Законом РМ № 71 от 14.04.2016г. (Monitorul Oficial al Republicii Moldova № 140-149 от 27.05.2016г., ст.291).

В соответствии с указанным законом нововведения коснулись ряда законодательных актов и направлены, главным образом, на усиление обеспечения гендерного равенства в различных сферах современного общества. Мы же остановимся на тех из них, которые прямо или косвенно затрагивают деятельность в области производства и распространения рекламы.

В соответствии со ст. VI. Закона РМ № 71 от 14.04.2016г. были внесены следующие дополнения в **Закон о рекламе** № 1227-XIII от 27 июня 1997 года:

1. в статье 1 понятие «неадекватная реклама» после слова «неэтичная,» дополнено словом «*сексистская,*».
2. закон дополнен статьей 11¹ следующего содержания:
«Статья 11¹. Сексистская реклама
(1) Сексистской является реклама, которая:
 - a) представляет женщину или мужчину как сексуальный объект в ситуациях унижительного, оскорбительного и насильственного характера и оскорбляет человеческое достоинство;*
 - b) продвигает в целях дискриминации сексистские стереотипы, поддерживая традиционное восприятие женщины как слабого, уязвимого и зависимого существа с более низким социальным положением.**(2) Сексистская реклама запрещена.»*

Если рассматривать сексизм как одну из форм дискриминации, нельзя сказать, что до вступления изменений и дополнений, внесённых Законом № 71 от 14.04.2016г. отсутствовала какая-либо правовая регламентация вопросов касающихся недопущения любых форм дискриминации, в том числе вопросов обеспечения гендерного равенства, вовсе нет.

На территории Молдовы долгое время действуют, например такие специальные нормативные акты как:

1. Закон об обеспечении равных возможностей для женщин и мужчин №5 от 09.02.2006 (Мониторул Официал 47-50/200 от 24.03.2006), в соответствии с которым были введены понятия прямой и косвенной дискриминации по признаку пола и предусмотрены гарантии для реализации равенства прав полов в различных сферах (в образовании, трудоустройстве и т.д.)
2. Закон об обеспечении равенства № 121 от 25.05.2012 (Мониторул Официал №103/355 от 29.05.2012) которым в частности был установлен прямой запрет на размещение объявлений о найме на работу с указанием каких-либо дискриминационных условий и критериев, например «Требуется секретарь – девушка до 27 лет».

3. Закон о деятельности Совета по предупреждению и ликвидации дискриминации и обеспечению равенства 298/21.12.2012//Мониторул Офичиал 48/148, 05.03.2013
4. Постановление об утверждении Положения о Правительственной комиссии по гендерному равенству 895/07.08.2006 //Мониторул Офичиал 134-137/988, 25.08.2006.
5. Иные акты.

Необходимость внесения в Закон дополнений касающихся установления прямого запрета сексистской рекламы была продиктована необходимостью восполнения пробела в законодательстве, так как действующая правовая база не позволяла эффективно бороться с этим феноменом. Отсутствие чётких определений, что следует относить к сексистской рекламе, каковы её критерии, отсутствие чёткого понимания почему она может нарушить чьи-то права, отсутствие чёткой ответственности, всё это приводило к тому, что производители рекламы, производители товаров и услуг пользуясь принципом, «что не запрещено, то разрешено» были абсолютно вольны в использовании мужских и женских образов. К примеру, предпринятые попытки группы граждан, в судебном порядке запретить рекламу продукции «Ponti» и взыскания морального вреда (180000 леев) по мотивам, что она является сексистской и унижает достоинство женского пола, завершились победой компании «Ponti». Аналогичным результатом завершился и процесс против компании «Evelin».

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Термин сексизм является новым для законодательства Молдовы в связи с чем возникает необходимость прояснения его определения.

СЕКСИЗМ

Сексизм – идеология и практика дискриминации людей по признаку пола, связанные с наличием убеждений в превосходстве одного пола над другим в различных сферах жизни, а также предрассудков по отношению к представителям определённого пола. Сексизм как идеология основан на стереотипных моделях гендерных ролей (конкретных ролей женщины и мужчины в обществе). Сексизм ставит роли, способности, интересы и модели поведения людей в зависимость от их пола. Человек, следующий принципам сексизма, называется *сексистом*. Термин «сексизм» появился в 1960-е годы, с подъёмом феминистского движения на Западе. Он образован по аналогии со словом «расизм».

Впервые встретившись с данным термином, многие путают его с термином «сексуальность», что является ошибочным, несмотря на то, что эти два термина тесно пересекаются. Сексуальность, сама по себе не имеет ни чего общего с дискриминацией полов и определяется как совокупность биологических, психофизиологических, душевных и эмоциональных реакций, переживаний и поступков человека, связанных с проявлением и удовлетворением полового влечения (определение Г. Б. Дерягина).

Сексуальность в рекламе не запрещена, если только она не несёт сексистский и/или аморальный характер.

СЕКСИСТСКАЯ РЕКЛАМА

Помимо определения сексистской рекламы предусмотренного статьёй 11¹ Закона о рекламе (*текст см. выше*) Парламент РМ дополнительно включил определение «сексистской рекламы» в Кодекс телевидения и радио Республики Молдова № 260-XVI от 27 июля 2006 года (*Официальный монитор Республики Молдова, 2006 г., № 131–133, ст. 679*), а именно статья 2 была дополнена пунктом m¹) следующего содержания:

«^{m¹}) **сексистская реклама** – преднамеренное и/или непреднамеренное представление (посредством слов, звуков или образов), которое способствует распространению неверных, дискриминационных и/или унижительных с гендерной точки зрения посланий и воспроизводит сексистские стереотипы, негативно влияя на образ и достоинство одного из полов;»

СЕКСИСТСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ

Определение термина *сексистские стереотипы* также приводится в Кодекс телевидения и радио Республики Молдова в статье 2 которая была дополнена пунктом ^{m²}) следующего содержания:

«^{m²}) **сексистские стереотипы** – предрассудки, предубеждения и заблуждения относительно особенностей личности и поведения женщин и мужчин, упрощенно и искаженно отражающие их роли по признаку пола;».

Примеры сексистских стереотипов: «Женщина управляет автомобилем хуже мужчины», «женщина слабая, мужчина сильный», «Блондинка - глупая» и т.д.

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Применительно к практике производства и распространения рекламы следует избегать:

- 1) объективации женщин или мужчин как товар или развлечение, описывая этот товар или услугу через сексуальность человека — «беру взаймы, отдам(ся) по требованию, даю играть», «даем в кредит», «измерь глубину протектора».
- 2) наличия в рекламе связи между тем, что рекламируется и тем, как используется человек в рекламе, т.е. указание/намек на признаки пола в такой манере, которая не имеет прямой связи с контекстом рекламируемого товара/ услуги. Например: голое мужское или женское тело используется сейчас везде, начиная от рекламы тракторов и заканчивая рекламой нижнего белья. Но если в последнем случае — это вполне оправданный образ, то вот в рекламе трактора обнаженное тело зачем используется?
- 3) наличия в рекламе сексистских фраз, таких как «подкаблучник», «все женщины одинаковые», «женская логика», «мужчина должен содержать семью» и т.д. Эти фразы поддерживают сложившиеся в обществе стереотипы насчёт того или иного пола.
- 4) указания на какие-либо преимущественные характеристики одного пола перед другим: более умный, более способный, более сильный, более эмоциональный, более рациональный или наоборот указание на недостатки одного пола в сравнении с другим полом;
- 5) использование стереотипных образов: женщина – кухня, дети, стирка, мужчина – работа, диван, телевизор, пиво;
- 6) элементов доминирования и подчинения между полами, призывы к насилию и его оправдание.

...

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. НАДЗОР ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ЗАПРЕТЕ СЕКСИСТСКОЙ РЕКЛАМЫ.

Одновременно с введение запрета на сексистскую рекламу тем же законом была внедрена и административная ответственность за нарушения запрета на сексистскую рекламу, а именно часть 6 ст.364 Кодекса о правонарушениях № 218-XVI от 24 октября 2008 года была

дополнена словом «сексистской», полный текст часть 6 ст.364 с учётом внесённых дополнений звучит следующим образом:

«(6) Представление, изготовление или распространение субъектом рекламной деятельности недобросовестной, недостоверной, неэтичной, сексистской или какой бы то ни было иной противоречащей закону рекламы влечет наложение штрафа на физических лиц в размере от 30 до 150 условных единиц, на должностных лиц в размере от 200 до 400 условных единиц и на юридических лиц в размере от 400 до 500 условных единиц.»

Органом уполномоченным осуществлять надзор за недопущением изготовления или распространения субъектом рекламной деятельности сексистской рекламы является совет по конкуренции, который согласно ст. 404/1 Кодекса о правонарушениях уполномочен констатировать нарушение, составлять соответствующие протокола и передавать их для рассмотрения в суд.

Помимо государственного контроля на территории Молдовы действует также общественный контроль в лице некоторых правозащитных общественных организаций, в частности АО «Coaliția Nediscriminare», которые вправе в судебном порядке требовать прекращения производства и/или распространения рекламы содержащей в частности какие-либо признаки сексизма. На настоящий момент указанная организация уже провела ряд успешных процессов в отношении рекламы содержащей дискриминационные условия.

Не следует также не забывать и о риске инициирования против субъекта рекламной деятельности судебных процессов о возмещении морального вреда со стороны неопределённого круга граждан, которые могут посчитать своё достоинство ущемлённым в результате увиденной ими сексистской рекламы.

ПРАВОВАЯ РЕГЛАМЕНТАЦИЯ СЕКСИСТСКОЙ РЕКЛАМЫ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

На сегодняшний момент во многих западных странах отсутствует какая-либо специальная правовая регламентация в отношении запрета сексистской рекламы. Проблемы возникающие в результате распространения такой рекламы разрешаются общественностью (самими гражданами), например, в Австрии существует независимая экспертная группа специалистов рассматривающая жалобы граждан поступающие на специально созданный сайт. И не смотря на то, что законодательство Австрии не предусматривает какой-либо ответственности за распространение сексистской рекламы, тем не менее заключения указанных экспертов принимаются к исполнению.

....

ПРИМЕРЫ СЕКСИСТСКОЙ РЕКЛАМЫ В БЕЛОРУССИИ

шпаркi дамавiк
твой домашний интернет

**ДВА месяца
ИНТЕРНЕТА
по цене ОДНОГО**

Звони: **239-00-02**

Стоимость подключения 10 руб.
Wi-Fi модем БЕСПЛАТНО!

Акция действует для новых Абонентов, заключивших договор на обслуживание на безлимитные тарифы «Шпаркi Дамавiк» с 1.11.12 по 30.11.12 года.

2 ПО ЦЕНЕ 1

**Акция!
Только в ноябре!**

Реклама, пропитанная сексистскими сравнениями между доступностью и дешевизной услуг интернета и женщинами. Даже нет надобности выбирать между блондинкой и брюнеткой, потому что сегодня можно получить двоих по цене одной. Здесь присутствуют все признаки сексизма. То, как использованы образы женщин, никак не связано с предлагаемым товаром или услугой, их легко можно представить в рекламе двух авиабилетов по цене одного или любого другого акционного товара.

ОТКРЫТА ПЕРИОДИЧЕСКАЯ СИСТЕМА БОНУСОВ!

ОТКРЫТ ЗАКОН ПРИТЯЖЕНИЯ СРЕДСТВ!

ЗВРИКА! НА СТУДЕНТА, ПОГРУЖЕННОГО В УЧЕБУ, ДЕЙСТВУЮТ СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ПО КАРТЕ.

VISA GOLD STUDENT: ПРАВИЛЬНЫЕ СТУДЕНТАМ ДЛЯ СТУДЕНТОВ.
Сформируйте карту и получите скидки до 30% в своем любимом месте!

VISA GOLD STUDENT: ПРАВИЛЬНЫЕ СТУДЕНТАМ ДЛЯ СТУДЕНТОВ.
Сформируйте карту, создайте и приключитесь своей первой картой!

VISA GOLD STUDENT: ПРАВИЛЬНЫЕ СТУДЕНТАМ ДЛЯ СТУДЕНТОВ.
Сформируйте карту, станьте счастливыми и получите более выгодные финансовые условия по карте!

MTBank 509 99 99

Пример того, как по-разному использованы образы студентов разного пола. Мы видим два умных парня, один что-то пишет на доске, второй держит в руках планшет, и девушка, лежащая в ванне, при этом на ее отношение к студенчеству указывает только шляпа. Она обнажена и погружена в воду. Это реклама хорошо демонстрирует то, как по-разному изображают в рекламе мужчин и женщин.

ПРИМЕРЫ СЕКСИСТСКОЙ РЕКЛАМЫ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ

New Adventure Travel Group, одна из самых крупных транспортных компаний Южного Уэльса, разместила на своих автобусах рекламу с изображением обнажённых молодых людей и девушек с табличкой, на которой написано «Катайся на мне весь день за 3 фунта стерлингов».



