

Pierwszy pozew sądowy ws. seksistowskiej reklamy

1 października 2011

30 września w Pałacu Staszica w Warszawie odbyła się konferencja prasowa „Stop seksistowskim reklamom”. Zorganizowała ją Fundacja Gender Center, która przy wsparciu Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka złożyła w Sądzie Okręgowym w Warszawie pozew w sprawie o ochronę dóbr osobistych przeciwko firmie Multimedia Polska S.A. Powodem złożenia pozwu była kampania reklamowa firmy prowadzona pod hasłem „Od września, dajemy za darmo”, która promuje darmowy dostęp do usług telekomunikacyjnych. Reklamy prezentujące leżącą młodą kobietę, ubraną w rozpięte jeansy i różowy gorset, z podpisem „...dajemy za darmo” nasuwają bezpośrednie skojarzenia z reklamami agencji towarzyskich. W pozwie wnioskuje się o natychmiastowe zaprzestanie emisji reklam, usunięcie ich z przestrzeni publicznej oraz złożenie przeprosin w mediach za prowadzenie promocji firmy w oparciu o seksistowskie treści, uwłaczające godności kobiet.

W konferencji wzięli udział: Marta Mackiewicz (radca prawny, Fundacja Gender Center), dr Adam Bodnar (prawnik, Helsińska Fundacja Praw Człowieka), Bartosz Węglarczyk (publicysta, „Gazeta Wyborcza”), Agnieszka Mroziak (wykładowczyni akademicka, Fundacja Gender Center), Piotr Szumlewicz (dziennikarz TVP i redaktor Lewica.pl).

Uczestniczki i uczestnicy konferencji podkreślali, że prawo do poszanowania godności ludzkiej i niedyskryminacji ze względu na płeć jest prawem każdego człowieka, gwarantowanym nie tylko przez zapisy Konstytucji, ale również akty prawa międzynarodowego. Polska jako jedno z państw członkowskich Unii Europejskiej powinna stosować się do zaleceń wydawanych przez organy unijne, np. wynikających ze „Sprawozdania Parlamentu Europejskiego w sprawie wpływu marketingu i reklamy

na równość kobiet i mężczyzn". W „Sprawozdaniu” Parlament Europejski wskazał m.in. na potrzebę usuwania z reklam, nadawanych w różnych mediach, przekazów uwłaczających ludzkiej godności i propagujących stereotypy kulturowe. „Sprawozdanie” wzywa także państwa członkowskie, aby za pomocą odpowiednich środków zadbały o to, by marketing i reklama zapewniały poszanowanie godności i integralności człowieka oraz by nie były bezpośrednio lub pośrednio dyskryminujące. Do tej pory w Polsce nie wprowadzono w życie odpowiednich regulacji, przez co firmy, które prezentują seksistowskie reklamy, pozostają praktycznie bezkarne.

Celem działań podjętych przez Fundację Gender Center jest przede wszystkim uświadomienie środowisku reklamowemu niestosowności proponowania niektórych koncepcji kreatywnych i tym samym zapoczątkowanie prawdziwie europejskiego podejścia reklamodawców do poszanowania praw człowieka w tworzonych materiałach promocyjnych.

Fundacja Gender Center działa na rzecz likwidacji dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, religię, itd. Podstawą jej działania jest zasada równouprawnienia kobiet i mężczyzn, a także innych grup społecznych w sferze politycznej, publicznej i artystycznej.

Opracowanie: Agnieszka Mrozik

Źródło: [Lewica](#)