

**Natela Kordzaia, Doctor of Economics,
Associate Professor**
*Odesa National University of Technology
Odesa, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-222-7-20>

**GENDER DISCRIMINATION
IN UKRAINIAN ADVERTISING: CURRENT STATE
AND REGULATION ATTEMPTS**

**ДИСКРИМІНАЦІЯ ЗА ОЗНАКАМИ СТАТІ
В УКРАЇНСЬКІЙ РЕКЛАМІ: СУЧАСНИЙ СТАН
ТА СПРОБИ РЕГУЛЮВАННЯ**

Реклама є постійним супутником людини. Характер реклами, її зміст і форма щоденно і масово впливають на мільярди потенційних споживачів, сприяючи формуванню не тільки купівельних переваг, але й соціальних відносин.

Останнім часом у вітчизняній рекламі, судячи зі всього, у якості інноваційного креативу, стала з'являтися все більша кількість дискримінаційних меседжів загалом, й сексизького характеру (гендерна нерівність або дискримінація за ознакою статі) зокрема.

Актуальною проблемою сьогодні стає виявлення розбіжностей, що виникають у свідомості споживачів у процесі зіткнення різних гендерних образів, що транслюються в рекламних повідомленнях, з образами-стереотипами, що склалися в реальному житті [1].

У рамках активної участі України у Конвенції ООН із ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок, а також Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом та інших міжнародних документах протидія дискримінації за ознакою статі має бути передбачена на законодавчому рівні [2].

Таким чином, у 2021 р. було прийнято, а 08.01.2022 р. – введено у дію Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про рекламу» щодо протидії дискримінації за ознакою статі» [3; 4].

Таким чином, згідно новому закону, реклама є дискримінаційною, якщо що вміщує чи використовує твердження та/або зображення, які є дискримінаційними за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного та соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками щодо особи та/або групи осіб».

Поняття «дискримінація» не нове в законодавстві України [5].

Дискримінація, згідно з Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», – це ситуація, за якої особа та/або група осіб за їх ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного та соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, місця проживання, мовними або іншими ознаками, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними, зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами в будь-якій формі, крім випадків, коли таке обмеження має правомірну, об'єктивно обгрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними [6].

Згідно даному закону, дискримінаційна реклама за ознакою статі визначається як реклама, що [7]:

– містить твердження та/або зображення щодо інтелектуальної, фізичної, соціальної чи іншої переваги однієї статі над іншою та/або щодо стереотипності ролі чоловіка та жінки, що пропагує принизливе та зневажливе ставлення;

– принижує гідність людини за ознакою статі;

– демонструє насильство за ознакою статі;

– використовує зображення тіла людини (частини тіла) виключно як сексуального об'єкта з метою привернення уваги споживача та/або посилення (слова, звуки, зображення) на сексуальні стосунки, що не стосуються рекламованого продукту чи способу його споживання». Тут важливо звернути увагу, що мова не йде про дискримінацію тільки щодо жінок, оскільки

«стать» є жіноча і чоловіча, та є окремі кейси, коли зображення чоловіка в рекламі було визнано дискримінаційним.

Відповідно новому закону забороняється показувати будь-яку перевагу однієї статі над іншою, стереотипні ролі чоловіка й жінки, насильство за ознакою статі, об'єктивізацію тіла людини. Також не можна допускати розміщення реклами, яка має натяки (у формі слів, звуків або зображень) на секс, якщо він не стосується продукту, що рекламується [2].

Відповідальність за дискримінаційну рекламу несе рекламодавець, виробник та розповсюджувач реклами [8].

Споживачі, яким було завдано шкоди такою дискримінаційною рекламою, мають право на відшкодування відповідно до законодавства України. Звертатися з позовом до суду в інтересах споживачів реклами зможуть також об'єднання громадян та об'єднання підприємств у галузі реклами [9].

На сьогодні, в Україні є щонайменше п'ять інституцій, до яких можна звернутися зі скаргою на дискримінаційну рекламу [10].

1. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (Держпродспоживслужба України) – орган, уповноважений накладати штрафи або ухвалювати рішення про зняття чи зупинення розповсюдження подібної реклами.

2. Індустріальний гендерний комітет з реклами – орган, що перевіряє дотримання рекламодавцями стандарту щодо заборони дискримінаційної реклами за ознакою статі. Він також розглядає скарги і направляє до Держпродспоживслужби власні.

3. Управління з питань дотримання прав дитини, недискримінації та гендерної рівності секретаріату Уповноваженого Верховної Ради.

4. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення – орган, що приймає скарги на дискримінаційну рекламу за ознакою статі на телебаченні або радіо. Може накладати санкції: від анулювання ліцензії телеканалу (за позовом Нацради) – до значних штрафів (від 5% загальної суми ліцензійного збору).

5. Ліга захисту прав жінок «Гармонія рівних».

У разі порушення вимог закону, штраф, який сплачується винуватцем до державного бюджету складає десятикратний розмір мінімальної заробітної плати, встановленої законом на момент вчинення порушення (на сьогодні це 65 тис. грн) [4]. Якщо вартість реклами не вдається встановити, то рекламодавця можуть оштрафувати до 1700 гривень. Публічне спростування дискримінаційної реклами може відбуватися добровільно або за рішенням суду [2].

Підсумовуючи усе вищезгадане, можна говорити про те, що у рамках інтеграції у цивілізоване європейське суспільство, Україна зробила величезний крок, ввівши у дію Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про рекламу» щодо протидії дискримінації за ознакою статі». У законі прописані визначення відповідної термінології та наводяться процедури контролю за виконанням закону. Крім того, на сьогодні в країні існує достатня кількість досить потужних організацій, до яких можна звернутися зі скаргою на дискримінаційну рекламу загалом, й дискримінаційну рекламу за ознакою статі зокрема.

Література:

1. Согорін А.А. Вплив реклами на норми і гендерні стереотипи споживачів. *Габітус*. 2018. Вип. 6. С. 110–114. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/habit_2018_6_21.
2. В Україні запровадять покарання за сексистську рекламу. URL: <https://www.wonderzine.com.ua/wonderzine/life/news/7087-v-ukrayini-zaprovadyat-pokarannya-za-seksistsku-reklamu>.
3. Брагін О. Дискримінація за ознакою статі в рекламі, як буде далі?, 02.12.2021, URL: <https://eba.com.ua/dyskryminatsiya-za-oznakoyu-stati-v-reklamami-yak-bude-dali?>
4. Закону України «Про внесення змін до Закону України “Про рекламу” щодо протидії дискримінації за ознакою статі». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1750-20#Text>.
5. Смородина А. Визначення дискримінаційної реклами за ознакою статі. URL: <https://blog.liga.net/user/asmorodyna/article/42292>.
6. Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text>.

7. Визначення дискримінаційної реклами за ознакою статі. URL: <https://sk.ua/uk/publications-uk/viznachennya-diskriminatsiinoi-reklami>.

8. Заборона дискримінації за ознакою статі в рекламі, 03.02.2022. URL: <https://porady.org.ua/zaborona-dyskryminatsiyi-za-oznakoyu-stati-v-reklami>.

9. Кознова О., Дискримінаційна реклама за ознакою статі під заборону 05.01.2022. URL: https://biz.ligazakon.net/news/208545_diskrimnatsyna-reklama-za-oznakoyu-stat-pd-zaboronoyu-zakon-nabuva-chinnost-8-schnya.

10. Антирейтинг сексизму в рекламі: як компанії продають себе і жінок. URL: <https://tmcinfo.com.ua/hender/2020/11/19/antyrejtynh-seksyzmu-v-reklami-yak-kompaniji-prodayut-sebe-i-zhinok>.