



RZECZPOSPOLITA POLSKA  
Rzecznik Praw Obywatelskich

*Irena LIPOWICZ*

RPO - 628976 - I/09/KMŁ

00-090 Warszawa Tel. centr. 0-22 551 77 00  
Al. Solidarności 77 Fax 0-22 827 64 53

Warszawa, dnia 16. I. 2012.

**Pan**

**Jan Dworak**

**Przewodniczący Krajowej Rady  
Radiofonii i Telewizji**

ul. Sobieskiego 101

00-763 Warszawa

*Szanowny Panie Przewodniczący,*

Ustawa z dnia 3 grudnia 2010 r. o wdrożeniu niektórych przepisów Unii Europejskiej w zakresie równego traktowania (Dz. U. Nr 254, poz. 1700) wykonywanie zadań dotyczących realizacji zasady równego traktowania powierzyła - obok Pełnomocnika Rządu ds. Równego Traktowania - Rzecznikowi Praw Obywatelskich. W zakresie podstawowych zadań Rzecznika po nowelizacji pozostaje rozpatrywanie kierowanych do niego wniosków, w tym dotyczących naruszenia zasady równego traktowania, i podejmowanie odpowiednich czynności, zgodnie z ustawą o Rzeczniku Praw Obywatelskich. Do nowych obowiązków, związanych już bezpośrednio z rolą RPO jako organu równościowego, należy m.in. analizowanie, monitorowanie i wspieranie równego traktowania wszystkich osób, prowadzenie niezależnych badań dotyczących dyskryminacji, opracowywanie i wydawanie niezależnych sprawozdań i wydawanie zaleceń odnośnie do problemów związanych z dyskryminacją.

W ramach mojej działalności, jako Rzecznika Praw Obywatelskich, także w związku z realizacją nowych zadań, zarysował się szereg zagadnień, które mają związek ze sferą usług audiowizualnych w Polsce.

W napływających do Rzecznika indywidualnych wnioskach regularnie pojawia się problem dyskryminacyjnych treści zawartych w reklamach telewizyjnych. Należy zgodzić się z twierdzeniem, że wizerunek kobiet jest w tym kontekście niejednokrotnie traktowany instrumentalnie. Chodzić tu może zarówno o wypadki traktowania kobiet jako obiektu seksualnego (np. w reklamach środków na potencję), przypisywanie im jednoznacznie wynikających ze stereotypów ról społecznych (np. reklamy sprzętu AGD czy produktów spożywczych), czy wreszcie przekazywania zniekształconych wzorców zdrowia i urody (np. w reklamach kosmetyków i odzieży)

Zjawisko to może mieć wpływ na problemy dyskryminacji kobiet w sferze zawodowej i publicznej. W efekcie te niepokojące tendencje mogą kłaść się cieniem na podejmowanych przez nas wspólnie wysiłkach budowania społeczeństwa świadomego i otwartego, opartego na równości wszystkich obywateli bez względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną.

Należy zaznaczyć, że pomimo tego, iż w ramach kształtowania w Polsce polityki anty dyskryminacyjnej nie podejmuje się w szerszym zakresie problematyki wizerunku płci w reklamie, problem ten został dostrzeżony w przestrzeni europejskiej. Do dokumentów odnoszących się do tego zagadnienia należy m.in. rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 3 września 2008 r. w sprawie wpływu marketingu i reklamy na równość kobiet i mężczyzn (2008/203 8(INI)). W powołanym wyżej dokumencie zawarta została teza, zgodnie z którą reklama przekazująca treści dyskryminujące lub poniżające oparte na płci i wszelkie stereotypy płciowe stanowi przeszkodę dla stworzenia nowoczesnego i egalitarnego społeczeństwa. Zawarty w niej przekaz może jednocześnie naruszać jedną z najważniejszych wartości, jaką jest godność człowieka. W związku z tym Parlament Europejski podkreśla, że należy eliminować<sup>1</sup> stereotypy płciowe oraz wzywa państwa członkowskie do opracowania i realizacji projektów edukacyjnych przygotowanych w duchu tolerancji i wystrzegania się wszelkich stereotypów, w celu propagowania kultury równości płci za pośrednictwem właściwych programów edukacyjnych. W dalszej części rezolucji Parlament wzywa państwa członkowskie do zagwarantowania za pomocą odpowiednich środków, że marketing i reklama będą zapewniać poszanowanie godności

i integralności człowieka, nie będą bezpośrednio lub pośrednio dyskryminujące, nie będą przekazywać treści podburzających do nienawiści ze względu na płeć, pochodzenie rasowe lub etniczne, wyznanie lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną i nie będą zawierać materiałów, które oceniane w danym kontekście aprobują, propagują lub gloryfikują przemoc wobec kobiet. Podobne stanowisko zawiera rezolucja Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z dnia 16 czerwca 2007 r. *Obraz kobiet w reklamie* 1557(2007).

Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004 r., nr 253, poz. 2531 ze zm.) Krajowa Rada stoi na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności nadawców i interesów odbiorców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji. Do jej zadań należy między innymi sprawowanie w granicach określonych ustawą kontroli działalności nadawców oraz organizowanie badań treści i odbioru programów radiowych i telewizyjnych.

Zgodnie z art. 16 b ust. 3 pkt 2 powołanej wyżej ustawy przekaz handlowy nie może zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć, narodowość, pochodzenie etniczne, wyznanie lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek czy orientację seksualną.

W związku z powyższym, działając na podstawie art. 13 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 15 lipca 1987 r. o Rzeczniku Praw Obywatelskich (Dz. U. z 2001 r. Nr 14 poz. 147 ze zm.), zwracam się do Pana Przewodniczącego z uprzejmą prośbą o udzielenie informacji o stanowisku KRRiT w przedmiotowej sprawie oraz o tym, czy Krajowa Rada podjęła lub zamierza podjąć działania zmierzające do zapobiegania negatywnej tendencji rozpowszechniania, w szczególności w reklamach, treści mogących obrażać i poniżać kobiety oraz utrwaląc stereotypy dotyczące ich społecznej roli.

Jednocześnie odwołując się szerzej do problematyki dyskryminacji, proszę również o udzielenie informacji dotyczących ilości wydanych przez KRRiT w 2011 r. decyzji stwierdzających naruszenie przez nadawców art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, w związku z zawarciem w audycji treści nawołujących do nienawiści lub dyskryminujących ze względu na rasę, niepełnosprawność, płeć, wyznanie lub narodowość oraz przedstawienie, na czym polegało naruszenie art. 18 ust. 1, jakich nadawców decyzje

dotyczyły oraz informację czy KRRiT wypracowała stanowisko w tej sprawie. W szczególności proszę o informacje na temat oceny sposobu wykonania przez nadawców obowiązku określonego w art. 18 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji.

Kończąc, pragnę wyrazić nadzieję, iż w związku z nałożonymi na Rzecznika Praw Obywatelskich oraz Krajową Radę Radiofonii i Telewizji przez ustawodawcę zadaniami związanymi z przestrzeganiem zasady równego traktowania oraz zakazu dyskryminacji współpraca naszych organów w tym zakresie będzie miała pozytywne skutki dla ochrony praw i wolności człowieka i obywatela w Polsce.

*Laura Wyrostek*

*Jana Jipson*