

## **SEKSIZMO, RASIZMO, ASMENS LAISVĖS IR PASIRINKIMO NETOLERAVIMO REKLAMOS IR KITOSE VIZUALINĖS KOMUNIKACIJOS PRIEMONĖSE POŽYMIŲ IDENTIFIKAVIMAS IR SUVALDYMO BŪDAI**



**Rosita Pakalnytė<sup>1</sup>, dr. Inga Valentinienė<sup>2</sup>**

*Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakultetas, Menų akademija*

**Adresas:** A. Mackevičiaus g. 60, Kaunas

**E. puslapis:** <https://www.kaunokolegija.lt/muf/>

**E. paštas:** rosita.pak578@go.kauko.lt

**Telefono nr.:** +370 68025847

**Tyrimų kryptis (-ys):** V 003 Dizainas P02

**Tyrimo tikslas.** Išanalizuoti visuomenei daromą žalą per asmeninių įsitikimų demonstravimą reklamos ar kitose vizualinės komunikacijos priemonėse ir nustatyti požymius, kurių privalu vengti kuriant socialiai atsakingą reklamą ir kitus grafinio dizaino produktus.

**Reikšminiai žodžiai:** fenomenas, mizoginija, tolerancija, rinkodara, slaptas seksizmas, stereotipai

**Tyrimo metodai.** Atlikta literatūros analizė, straipsnių, plakatų ir kitų informacinių šaltinių nagrinėjimas, surastos temos aktualumą įrodančios medžiagos.

**Rezultatai ir / arba išvados.** Išnagrinėjus analizes ir kitus informacinius šaltinius, patvirtinta seksizmo, rasizmo, asmens laisvės ir pasirinkimo netoleravimo būvimą reklamose ir kitose vizualinės komunikacijos priemonėse.

Toliau nagrinėjant randamus šaltinius, laikosi ta pati tendencija menkinti žmogaus laisvės išraiškas ir nuo asmens nepriklausomus elementus, nustatomi požymiai kurių privalu vengti kuriant socialiai atsakingas reklamas, išaiškinamos priežastys, žalos padariniai.

**Originalumas ir / arba praktinis reikšmingumas.** Ši problema aktuali visuomenei ir kuriantiems socialiai prieinamas ir viešas reklamas, kitus dizaino objektus. Reklamuotojai slapta įtraukia seksizmo formas į savo rinkodaros kompanijas, kad liktų aktualu savo auditorijai ir išvengtų kultūros judėjimo. Stengiantis paslėpti akivaizdžiai matomus seksizmo požymius, stengiamasi moteris paveikti psichologiškai, sakydami, kad moterys privalo būti stiprios ir drąsios, viso šio pasisakymo gale galime įžvelgti ir išgirsti, kad jei neatitiks šio suformuoto modelio – žlugs. Visas šis fenomenas, vadinamas „geros mergailės“ įsitvirtino, nurodant moterims būti lieknoms, pasyvioms ir dailioms.

Šiai problemai spęsti siūloma atidžiau rinktis grafinius elementus, identifikuoti ir atidžiai vengti nustatytų požymių, suprasti daromos žalos padarinius.

<sup>1</sup> Rosita Pakalnytė, [rosita.pak578@go.kauko.lt](mailto:rosita.pak578@go.kauko.lt), Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakulteto Menų akademija, Dizaino (grafikos) studijų programos II kurso studentė. Menų sritis, Dizaino kryptis.

<sup>2</sup> Dr. Inga Valentinienė, [inga.valentiniene@go.kauko.lt](mailto:inga.valentiniene@go.kauko.lt) (vadovė). Kauno kolegija, Menų ir ugdymo fakulteto Menų akademija, docentė, Menų sritis, Dizaino kryptis



*1 pav. Vyrų asociacija, kurioje bandoma pasipriešinti  
Įstatymui, įgalinančiam teisę moterims balsuoti  
Aut. Andrew Pmk, 2005*