

English

LIETUVOS RESPUBLIKOS KONSTITUCINIO TEISMO

N U T A R I M A S

DĖL LIETUVOS RESPUBLIKOS ALKOHOLIO KONTROLĖS ĮSTATYMO  
1 IR 30 STRAIPSNIŲ, LIETUVOS RESPUBLIKOS TABAKO  
KONTROLĖS ĮSTATYMO 1, 3 IR 11 STRAIPSNIŲ, TAIP PAT  
LIETUVOS RESPUBLIKOS VYRIAUSYBĖS 1996 M. VASARIO 2 D.  
NUTARIMO NR. 179 "DĖL ALKOHOLIO REKLAMOS KONTROLĖS"  
ATITIKIMO LIETUVOS RESPUBLIKOS KONSTITUCIJAI

Vilnius, 1997 m. vasario 13 d.

Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas, susidedantis iš Konstitucinio Teismo teisėjų Egidijaus Jarašiūno, Kęstučio Lapinsko, Zigmo Levickio, Augustino Normanto, Vlodo Pavilonio, Jono Prapiesčio, Prano Vytauto Rasimavičiaus, Teodoros Staugaitienės ir Juozo Žilio,

sekretoriaujant Daivai Pitrenaičiai,

dalyvaujant pareiškėjų - Seimo atstovams Seimo Juridinio skyriaus konsultantui Egidijui Šileikiui ir Seimo Sveikatos reikalų komiteto patarėjui Ryčiui Virbaliui, Seimo narių grupės atstovui advokatui Vygantui Barkauskui,

suinteresuoto asmens - Vyriausybės atstovams Ministro Pirmininko patarėjui Virgilijui Savickui ir Vyriausybės kanceliarijos konsultantui Arvydui Nevui,

remdamasis Lietuvos Respublikos Konstitucijos 102 straipsnio pirmąja dalimi ir Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo įstatymo 1 straipsnio pirmąja dalimi, viešame Teismo posėdyje 1997 m. sausio 21 - 22 d. išnagrinėjo bylą Nr. 6/96 - 10/96 pagal pareiškėjų - Lietuvos Respublikos Seimo ir Seimo narių grupės prašymus ištirti, ar Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo 1 ir 30 straipsniai, Lietuvos Respublikos tabako kontrolės įstatymo 1, 3 ir 11 straipsniai neprieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25, 29 ir 46 straipsniams, taip pat ar Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1996 m. vasario 2 d. nutarimas Nr. 179 "Dėl alkoholio reklamos kontrolės" neprieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

Konstitucinis Teismas

nustatė:

I

1996 m. gegužės 31 d. Konstitucinis Teismas gavo Seimo narių grupės prašymą ištirti, ar Alkoholio kontrolės įstatymo (Žin., 1995, Nr. 44-1073, Nr. 61-1527) 1 ir 30 straipsniai ir Tabako kontrolės įstatymo (Žin., 1996, Nr. 11-281) 1, 3 ir 11 straipsniai neprieštarauja Konstitucijos 25, 29 ir 46 straipsniams, taip pat ar Vyriausybės 1996 m. vasario 2 d. nutarimas Nr. 179 "Dėl alkoholio reklamos kontrolės" (Žin., 1996, Nr. 12-318) neprieštarauja Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

1996 m. liepos 1 d. Konstitucinis Teismas gavo Seimo 1996 m. birželio 25 d. nutarimą "Dėl kreipimosi į Konstitucinį Teismą ištirti, ar Alkoholio kontrolės įstatymo 1, 30 straipsniai ir Tabako kontrolės įstatymo 1, 3, 11 straipsniai atitinka Lietuvos Respublikos Konstituciją".

Konstituciniam Teismui nusprendus priimti Seimo prašymą ir jo pagrindu pradėti rengti bylą, pagal Konstitucijos 106 straipsnio ketvirtąją dalį buvo sustabdytas Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnio ketvirtosios pastraipos bei 30 straipsnio,

taip pat Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnio penktosios ir šeštosios pastraipų, 3 straipsnio pirmosios dalies 6 punkto ir 11 straipsnio ketvirtosios bei penktosios dalių galiojimas, kol bus paskelbtas Konstitucinio Teismo nutarimas dėl šios bylos.

Konstitucinio Teismo 1997 m. sausio 9 d. sprendimu Seimo narių grupės ir Seimo prašymai yra sujungti į vieną bylą.

## II

Seimo narių grupės prašymas grindžiamas tokiais teisiniais motyvais.

Minėtų įstatymų ginčijamomis normomis alkoholinių gėrimų ir tabako gaminių reklama Lietuvoje yra draudžiama. Šiam teiginiui paremti yra pateikiamos citatos iš Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnio ketvirtosios ir penktosios pastraipų ir 30 straipsnio, taip pat Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnio pirmosios dalies 4 ir 5 pastraipų, 3 straipsnio pirmosios dalies 6 punkto ir 11 straipsnio ketvirtosios ir penktosios dalių. Pareiškėjas teigia, kad kyla abejonių, ar išvardytos teisės aktų dalys neprieštarauja atitinkamiems Konstitucijos straipsniams. Konstitucijos 25 straipsnio pirmojoje dalyje nustatyta, kad žmogus turi teisę turėti savo įsitikinimus ir juos laisvai reikšti, 25 straipsnio antrojoje dalyje nustatyta, kad žmogui neturi būti kliudoma ieškoti, gauti ir skleisti informaciją bei idėjas, o 25 straipsnio trečiojoje dalyje nustatyta, kad laisvė reikšti įsitikinimus, gauti ir skleisti informaciją negali būti ribojama kitaip, kaip tik įstatymu, jei tai būtina apsaugoti žmogaus sveikatai, garbei ir orumui, privačiam gyvenimui, dorovei ar ginti konstitucinei santvarkai.

Pareiškėjas nurodo, kad prekyba alkoholio ir tabako gaminiiais Lietuvoje licencijuojama, tačiau nėra draudžiama laikantis nustatytų apribojimų vartoti alkoholio ir tabako gaminius, jais prekiauti, taip pat atlikti kitas operacijas. Iš to jis daro išvadą, kad informacijos apie legalią veiklą skleidimas neturėtų būti besąlygiškai draudžiamas, tačiau pagal "pateikiamus alkoholio ir tabako gaminių reklamos bei netiesioginės alkoholio ir netiesioginės tabako gaminių reklamos apibrėžimus reklama pripažįstama ne tik informacija, tiesiogiai susijusi su alkoholio ar tabako gaminių vartojimo skatinimu, bet ir informacija, tiek susijusi su alkoholio ar tabako gaminių gamyba, importu, realizacija, tiek ir visiškai su tuo nesusijusi. Tokie reklamos apibrėžimai ydingi visų pirma dėl to, kad jie itin nekonkretūs ir abstraktūs, todėl pagal juos reklama gali būti pripažįstama ne tik tai, kas iš tikrųjų atitinka visuotinai priimtą reklamos sampratą, bet ir bet kokia kita informacija".

Pareiškėjas teigia, kad kategoriškas reklamos, o pagal apibrėžimų turinį - ir bet kokios informacijos apie alkoholį ir tabako gaminius draudimas yra antikonstitucinis ir nepriimtinas. Jis pripažįsta, kad informacijos laisvė nėra absoliuti ir gali būti ribojama esant Konstitucijos 25 straipsnio trečiojoje dalyje nustatytiems pagrindams, t. y. gali būti ribojama tik ta informacija, kuria kėsinama į žmogaus sveikatą, garbę, orumą, privatų gyvenimą, dorovę ar konstitucinę santvarką. Tačiau išplėstai aiškinti šios konstitucinės nuostatos turinio ir išplėsti jos galiojimo bet kokiai informacijai, net ir netiesiogiai susijusiai su alkoholio vartojimu ir rūkymu, negalima. Reklamos priešininkų motyvas, kad bet kokie alkoholiniai gėrimai ar bet kokie tabako gaminiai, o kartu ir informacija apie juos yra vienodas blogis, nėra pagrįstas.

Pareiškėjo nuomone, teisiškai itin ydinga yra Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio trečiosios dalies nuostata, kad audio- arba vizualinės informacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo būdų pripažinimo alkoholio reklama kriterijus, alkoholio reklamos draudimo kontrolės tvarką nustato Vyriausybė, taip pat Tabako kontrolės įstatymo 11 straipsnio penktosios

dalies nuostata, kad vizualinės arba audioinformacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo būdų pripažinimo tabako reklama kriterijus, tabako gaminių reklamos draudimo kontrolės tvarką nustato Vyriausybė. Konstitucijos 25 straipsnio trečiojoje dalyje nustatyta, kad laisvė reikšti įsitikinimus, gauti ir skleisti informaciją negali būti ribojama kitaip, kaip tik įstatymu. Įstatymai - tai Konstitucija, konstituciniai įstatymai ir kiti įstatymai. Pareiškėjas nurodo, kad ginčijamuose teisės aktuose informacija, kuri pripažintina reklama ir yra draustina, nustato Vyriausybė jai deleguotas teises įgyvendindama per poįstatyminius teisės aktus - nutarimus. Tačiau toks teisės aktas negali pakeisti paties įstatymo ir sukurti naujų bendro pobūdžio teisės normų, kurios savo galia konkuruotų su įstatymo normomis. Todėl pareiškėjas teigia, kad ginčijamuose teisės aktuose nustatyta galimybė reguliuoti teisinius santykius, kylančius iš Konstitucijoje nustatytos prigimtinės žmogaus laisvės reikšti įsitikinimus, gauti ir skleisti informaciją, žemesnę teisinę galią turinčiais aktais - Vyriausybės nutarimais pripažintina prieštaraujanti Konstitucijai. Pareiškėjo nuomone, dėl nurodytų motyvų ir Vyriausybės 1996 m. vasario 2 d. nutarimas Nr. 179 "Dėl alkoholio reklamos kontrolės" yra pripažintinas pagal formą prieštaraujanti Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

Konstitucijos 29 straipsnio antrojoje dalyje nustatyta, kad žmogaus teisių negalima varžyti ir teikti jam privilegijų dėl jo lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų pagrindu. Iš to pareiškėjas daro išvadą, kad Konstitucija garantuoja ne tik teisę kiekvienam asmeniui turėti savo įsitikinimus dėl alkoholinių gėrimų vartojimo ar rūkymo tikslingumo ir pan., bet ir tai, kad asmenys, kurių požiūris į alkoholinių gėrimų vartojimą ar rūkymą yra neigiamas, negali turėti privilegijų tų, kurių požiūris į analogiškus dalykus yra indiferentiškas arba teigiamas, atžvilgiu. Pareiškėjo nuomone, asmuo, kuris nerūko ar yra abstinentas, savaime nėra didesnė visuomeninė vertybė negu asmuo, kurio požiūris ir elgsena yra priešingi. Niekas neginčija teisės skleisti objektyviais duomenimis pagrįstos informacijos apie alkoholinių gėrimų vartojimo ar rūkymo neigiamas pasekmes, žalą etc. Tačiau, pareiškėjo nuomone, negalima atimti galimybės iš kitos visuomenės dalies, kuri daugeliu atvejų yra gausesnė už alkoholinių gėrimų vartojimo ir rūkymo priešininkų dalį, gauti informaciją apie legaliai parduodamus alkoholinius gėrimus, tabako gaminius, gamintojus, importuotojus ir pardavėjus, apie gaminių kokybę, gaminių technologiją, jų chemines ir kitas savybes. Atimant teisę į informaciją, iš žmogaus atimama galimybė rinktis. Pareiškėjas teigia, kad situacija, kai už kitą asmenį nusprendžiama, kokią informaciją gauti jis turi teisę, o kokios ne, yra būdinga totalitarinei valdymo formai ir nesuderinama su demokratinės valstybės kūrimo principais.

Konstitucijos 46 straipsnio trečiojoje dalyje nustatyta, kad valstybė reguliuoja ūkinę veiklą taip, kad ji tarnautų bendrai tautos gerovei. Pareiškėjas atkreipia dėmesį į tai, jog sprendžiant ginčijamų teisės aktų atitikimo Konstitucijai klausimą būtina turėti galvoje, kad rinkos ekonomikoje reklama yra vienas iš veiksnių, darančių tiesioginę įtaką gamybos augimui. Įmonės, kurios verčiasi alkoholinių gėrimų ir tabako gaminių gamyba, importu, realizacija ar panašia veikla, moka daug įvairių mokesčių: pelno, pridėtinės vertės, muitų, akcizo ir kt. Kuriamos naujos darbo vietos, investuojamas užsienio kapitalas ir pan. Kuo intensyvesnė ši veikla, kuo didesnė apyvarta, tuo daugiau pajamų gauna biudžetas, todėl daugiau lėšų galima skirti socialinėms programoms, sveikatos apsaugai ir panašioms reikmėms. Alkoholio kontrolės įstatymo 3 straipsnio pirmosios dalies 1 - 11 punktuose yra nustatyti valstybės alkoholio kontrolės politikos principai, o Tabako kontrolės

įstatymo 3 straipsnio pirmosios dalies 1 - 8 punktuose - valstybės tabako kontrolės principai. Pareiškėjo nuomone, kad būtų įgyvendinami šiuose punktuose išskelti tikslai, reikalingos lėšos, kurias ketinama paimti iš alkoholinių gėrimų ir tabako gaminių gamyba, importu ir realizavimu besiverčiančių subjektų, tačiau tais pačiais įstatymais siekiama padaryti taip, kad tų lėšų būtų kuo mažiau.

Prašyme pažymima, kad ūkio subjektams susidaro nevienodos ūkininkavimo sąlygos, nes vieni subjektai, užsiimantys legalia veikla, turi galimybę reklamuotis, tuo tarpu iš kitų legalia ūkine veikla užsiimančių subjektų tokia galimybė atimama.

Pareiškėjas atkreipia dėmesį į tai, jog Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio pirmosios dalies 1 punkte nustatyta, kad Lietuvos Respublikoje alkoholinių gėrimų reklama draudžiama tik per Lietuvos radijo ir televizijos stotyse pagamintas radijo ir televizijos programas. Tačiau alkoholinių gėrimų reklama kitų šalių radijo ir televizijos stotyse pagamintose programose Lietuvoje nėra draudžiama. Iš to pareiškėjas daro išvadą, kad Lietuvos ūkio subjektams sudaromos akivaizdžiai blogesnės sąlygos negu užsienio subjektams. Kartu pareiškėjas teigia, kad galima ginčytis, ar geresnių ūkinės veiklos sąlygų savo šalies subjektams sudarymas neprieštarautų tarptautiniams standartams, tačiau savų ūkio subjektų diskriminavimas yra nesuprantamas ir nepateisinamas. Be to, nereikėtų pamiršti, kad užsienio subjektai mokesčių į Lietuvos Respublikos biudžetą nemoka.

Pareiškėjas teigia, kad tam tikrų ūkio subjektų galimybių ribojimas, įvairių kliūčių sudarymas, kartu ir įplaukų į biudžetą mažinimas neatitinka visuomenės poreikių.

Teisminio nagrinėjimo metu Seimo narių grupės atstovas advokatas V. Barkauskas patvirtino raštu pateiktus argumentus ir akcentavo, kad draudžiant alkoholio ar tabako reklamą vartotojai negauna svarbios informacijos ir iš jų atimama galimybė jos pagrindu rinktis mažiau kenksmingą sveikatai gaminį. Taigi, atstovo nuomone, toks draudimas šiuo atveju nepadedą saugoti sveikatos. Dėl Vyriausybės nutarimo didžiausias abejones kelia jo 2 punktas. Atstovo nuomone, šis nutarimas ne tik pagal formą, bet ir pagal turinį prieštarauja Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

### III

Seimo nutarimo dėl kreipimosi į Konstitucinį Teismą įvadinėje dalyje buvo suformuluoti tokie motyvai.

Svarstant ir priimant Alkoholio kontrolės įstatymą ir Tabako kontrolės įstatymą buvo pateikta argumentų dėl šių įstatymų kai kurių nuostatų prieštaravimo Konstitucijai. Nekelia abejonių besaikio alkoholio vartojimo bei rūkymo žala žmogaus sveikatai ir būtinybė riboti alkoholio ir tabako gaminių reklamą, tačiau besąlygiškas informacijos draudimas neatitinka Konstitucijos nuostatų. Pagal Konstitucijos 25 straipsnio antrąją dalį žmogui neturi būti kliudoma ieškoti, gauti ir skleisti informaciją. Konstitucijos 25 straipsnio trečiojoje dalyje nustatyta, kad laisvė gauti ir skleisti informaciją negali būti ribojama kitaip, kaip tik įstatymu. Pareiškėjo nuomone, Alkoholio kontrolės įstatymu ir Tabako kontrolės įstatymu draudžiama gauti ir skleisti informaciją apie alkoholio ir tabako gaminius ir pavedama Vyriausybei nustatyti reklamos draudimo kontrolės tvarką.

Rengiant bylą teisminiam posėdžiui Seimo atstovas Seimo Sveikatos reikalų komiteto patarėjas R. Virbalis, iš esmės pritardamas Seimo narių grupės prašyme bei Seimo nutarime išdėstytiems argumentams, paaiškino štai ką.

Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnyje numatytas reklamos draudimas nereiškia absoliutaus informacijos apie alkoholinius gėrimus teikimo vartotojui uždraudimo. Tačiau nuostata, kad "alkoholinių gėrimų reklama draudžiama kitais

audio- arba vizualinės informacijos perdavimo būdais, priemonėmis, įskaitant netiesioginę alkoholinių gėrimų reklamą", predisponuoja tam tikro pobūdžio informacijos, kuri gali būti palaikyta reklama, pateikimo vartotojui suvaržymą. Alkoholio kontrolės įstatymo nuostata, kad "audio- arba vizualinės informacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo būdų pripažinimo alkoholio reklama kriterijus nustato Lietuvos Respublikos Vyriausybė", sąlygoja tam tikrą neapibrėžtumą atskiriant informaciją nuo reklamos. Atstovas nurodo, kad netiesioginės reklamos apibūdinimas Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnyje taip pat sąlygoja tam tikro pobūdžio informacijos apie alkoholinius gėrimus pateikimo vartotojui suvaržymą.

Atstovas atkreipia dėmesį į tai, kad Tabako kontrolės įstatymo 11 straipsnio nuostata, jog tabako reklama yra draudžiama, sąlygoja tam tikro pobūdžio informacijos apie tabako gaminius pateikimo vartotojui apribojimus, nors šio įstatymo 1 straipsnyje pateiktas tabako gaminių reklamos ir netiesioginės tabako gaminių reklamos apibūdinimas ir 11 straipsnio penktosios dalies nuostatos nepakankamai aiškiai atskiria informaciją nuo reklamos.

Atstovo nuomone, šie samprotavimai leidžia daryti išvadą, kad minėtos Alkoholio kontrolės įstatymo ir Tabako kontrolės įstatymo atitinkamų straipsnių nuostatos galėtų būti tikslinamos.

Teisminio posėdžio metu Seimo atstovas R. Virbalis parėmė raštu išdėstytus argumentus ir pridūrė, kad Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio pirmosios dalies 4 punkto nuostata, taip pat netiesioginės reklamos apibūdinimas 1 straipsnyje ir Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnyje nepakankamai aiškiai atskiria informaciją nuo reklamos, todėl turėtų būti tikslinami.

#### IV

Seimo atstovas Seimo Juridinio skyriaus konsultantas E. Šileikis rengiant bylą teisminiam posėdžiui paaiškino, kad Konstitucijos 25 straipsnis įtvirtina skirtingas vertybes. Turint omenyje, kad šio straipsnio atskirų dalių normos sudaro vieningą visumą, galima teigti, jog įstatymų leidėjas konstituciškai negali subjektyviai įtvirtinti, kad visuomenės ir valstybės darnaus gyvavimo požiūriu tam tikra Konstitucijos 25 straipsnyje numatyta vertybė absoliučiai nublanksta prieš kitą. Kitaip tariant, įstatymais reguliuojant Konstitucijos 25 straipsnyje numatytų ir tikrovėje susikertančių vertybių suderinimą būtina nepažeisti šio straipsnio vieningos visumos esmės ir siekti racionaliai suderinti tarpusavyje susikertančias konstitucines vertybes, t. y. nė vienai iš jų nesuteikti absoliutaus primato kitos atžvilgiu. Atstovas pabrėžia, kad laikantis tokio demokratinėse teisinėse valstybėse paplitusio susikertančių teisinių vertybių racionalaus derinimo ("subalansavimo") principo ir akcentuojant, kad "žmogaus teisės ir laisvės yra didžiausia teisinė vertybė", o "bendrų interesų apsauga demokratinėje valstybėje negali paneigti žmogaus teisės į informaciją apskritai", manytina, kad ydinga įstatymais iš esmės drausti net ir mažiausią galimybę skleisti ar gauti reklamos požymius turinčią informaciją apie alkoholio ir tabako gaminius, t. y. suteikti žmonių sveikatai, kaip konstitucinei vertybei, absoliutų primatą kitos konstitucinės vertybės - žmogaus teisės laisvai ieškoti informacijos, gauti ir skleisti ją atžvilgiu. Tuo labiau kad Vakarų Europos valstybėse absoliutus draudimas reklamuoti alkoholio ir tabako gaminius yra retas dalykas. Atstovo nuomone, Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnis ir Tabako kontrolės įstatymo 3 ir 11 straipsniai, iš esmės draudžiantys bet kokią iš Konstitucijos 25 straipsnio kildintą galimybę ieškoti, gauti ir skleisti reklamos požymius turinčią informaciją apie tabako ir alkoholio gaminius, kvalifikuotini kaip pažeidžiantys Konstitucijos 25 straipsnio

vieningą visumą, t. y. prieštaraujantys šiam straipsniui.

Atstovas teigia, kad Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio ir Tabako kontrolės įstatymo 3 ir 11 straipsnių neatitikimą Konstitucijos 25 straipsniui galima išvelgti ir kitu požiūriu: įstatymų leidėjas, sprendžiantis, kaip apsaugoti žmonių sveikatą nuo žalingo alkoholio ir tabako gaminių poveikio, turi parinkti tokias teises priemones, kurias būtų galima įtikinamai pagrįsti, t. y. kurios objektyviau ar lyginamuoju modernių valstybių praktikos požiūriu nekeltų abejonės, kad įstatymų leidėjas elgiasi subjektyviai ir netobulai riboja iš Konstitucijos 25 straipsnio kildintina žmogaus teisę laisvai ieškoti, gauti ir skleisti reklamos požymius turinčią informaciją apie tabako ir alkoholio gaminius. Objektyviai vertinant skirtingų visuomenės informavimo priemonių galimybes daryti įtaką visuomenės raidai galima teigti, kad spauda, televizija ir radijas traktuotini skirtingai, įstatymais reglamentuojant informacijos, žalingos žmonių sveikatai, sklaidimą ar gavimą. Turėdamas tai omenyje ir remdamasis Konstitucinio Teismo nutarimo nuostata, kad "radijui ir televizijai dėl jų ypač didelio poveikio plačiai auditorijai [...] keliami didesni reikalavimai nei kitoms masinės informacijos priemonėms", atstovas teigia, kad ydinga absoliučiai adekvačiai drausti alkoholio ir tabako gaminių reklamą tiek per spaudą, tiek per televiziją ir radiją. Tuo labiau kad Vakarų Europos valstybėse, atstovo nuomone, nepaplitęs absoliučiai tapatus alkoholio ir tabako gaminių reklamos draudimas per spaudą arba televiziją ir radiją.

Atstovas pažymėjo, kad žmogaus teisių ir laisvių doktrinoje teisė laisvai skleisti ir gauti informaciją traktuojama kaip viena iš komunikacijos laisvių, didelė dalimi lemiančia laisvą ir atvirą komunikaciją visuomenėje ir kartu viešosios nuomonės susidarymą - vieną iš esminių modernios demokratijos atributų. Pasak Lietuvos konstitucinės teisės profesoriaus Mykolo Riomerio, demokratinės valstybės santvarka remiasi viešosios nuomonės viešpatavimu. Kitaip tariant, demokratijos požiūriu svarbu, kad viešoji nuomonė formuotųsi laisvai. Atstovas teigia, jog turint tai omenyje ir pažymint, kad viešoji nuomonė formuojasi tiek apie visą tikrovę, tiek apie jos atskiras sritis, kartu ir apie alkoholio ir tabako gaminius, abejotina, ar nepažeidžiama laisvo ir atviro viešosios nuomonės apie alkoholio ir tabako gaminius formavimosi prielaida, jei valstybė iš esmės besąlygiškai draudžia tokių produktų reklamą. Kadangi tikrovėje dažniausiai reklamuojami Vakarų pasaulyje paplitę alkoholio ir tabako gaminiai, kurių sovietiniais laikais Lietuvos vartotojai ne tik negalėjo įsigyti, bet ir nežinojo apie juos, ir laikantis nuostatos, jog dauguma vartotojų Lietuvoje vartoja ganėtinai pigius, dažniausiai Lietuvoje pagamintus ir retai reklamuojamus alkoholio ir tabako gaminius, atstovo nuomone, net ir mažiausią iš Konstitucijos 25 straipsnio kildintina reklamos galimybę draudžiantis Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnis ir Tabako kontrolės įstatymo 3 bei 11 straipsniai pažeidžia Konstitucijos 25 straipsnyje įtvirtintas laisvo ir atviro viešosios nuomonės susidarymo apie alkoholio ir tabako gaminius garantijas.

Atstovas atkreipė dėmesį į tai, kad informacijos pripažinimo alkoholio reklama kriterijus nustatė Vyriausybės 1996 m. vasario 2 d. nutarimas Nr. 179 "Dėl alkoholio reklamos kontrolės", o tai reiškia, kad iš Konstitucijos 25 straipsnio kildintina žmogaus laisvė ieškoti, gauti ir skleisti reklamos pobūdžio informaciją apie alkoholio gaminius ribojama, pažeidžiant Konstitucijos 25 straipsnio trečiąją dalį, ne įstatymu, bet poįstatyminiu aktu. Taigi toks Vyriausybės nutarimas vertintinas kaip neatitinkantis Konstitucijos 35 straipsnio trečiosios dalies.

Teisminio nagrinėjimo metu E. Šileikis pareiškė abejonę dėl

pagrindinių žmogaus teisių ir laisvių prioritetų viena kitos atžvilgiu. Ypač abejotina, ar žmonių sveikata gali turėti primatą informacijos laisvės atžvilgiu, net jeigu ta informacija turi reklamos požymių.

Ginčijamas Vyriausybės nutarimas savo svarba konkuruoja su įstatymu. Tai prieštarauja Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

Atstovo nuomone, šioje byloje keblumų kelia tai, kad įstatymų leidžiamoji institucija Seimas priėmė įstatymą ir suabejojo savo teisėkūros atitikimu Konstitucijai. Užuoat pats pakeitęs įstatymą, jis kreipėsi į Konstitucinį Teismą.

V

Vyriausybės atstovai Ministro Pirmininko patarėjas V. Savickas ir Vyriausybės kanceliarijos konsultantas A. Nevas rengiant bylą posėdžiui pateikė šiuos argumentus dėl prašymuose Konstituciniam Teismui suformuluotų teiginių.

Vykdydama Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio reikalavimą nustatyti kriterijus, kuriais remiantis garsinės arba vaizdo informacijos turinys, apipavidalinimas ir perdavimo būdai pripažįstami alkoholio reklama, Vyriausybė 1996 m. vasario 2 d. priėmė nutarimą Nr. 179 "Dėl alkoholio reklamos kontrolės".

Įstatymų leidėjas pasirinko gana prieštarinę alkoholio ir tabako reklamos ribojimo būdą. Viena vertus, įstatymuose bandoma atskirti sąvokas "reklama" ir "informacija", kita vertus, abiejų įstatymų 1 straipsnyje pateikti "reklamos" bei "netiesioginės informacijos" sąvokų apibrėžimai iš esmės apima bet kokią informaciją apie alkoholio ir tabako gaminius. Abiejuose įstatymuose, nustačius šių gaminių reklamos draudimą, Vyriausybei pavedama nustatyti, kokia informacija apie juos yra leidžiama (t. y. kokia informacija nėra reklama). Prieštaravimai kyla dėl to, kad reklamos turinį sudaro taip pat kokia nors - garsinė ar vaizdinė - informacija.

Konstitucijos 25 straipsnio trečiojoje dalyje nustatyta, kad "laisvė reikšti įsitikinimus, gauti ir skleisti informaciją negali būti ribojama kitaip, kaip tik įstatymu, jei tai būtina apsaugoti žmogaus sveikatai, garbei ir orumui, privačiam gyvenimui, dorovei ar apginti konstitucinei santvarkai". Taigi Konstitucija nenumato informacijos skleidimo apribojimų poįstatyminiais aktais.

Atstovai teigia, kad iš išdėstytų argumentų aišku, jog įstatymų leidėjas sudarė teisinę situaciją, dėl kurios Vyriausybė negalėjo priimti nutarimo, pagal turinį ir formą neprieštaraujančio Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

Be to, Konstitucijos 25 straipsnio trečiojoje dalyje numatomi tik tokie informacijos apribojimai, kurie, siekiant apsaugoti žmonių sveikata, yra "būtinai". Atstovų nuomone, tokius aiškiai suformuluotus "būtinus" valstybės apribojimus turėtų nustatyti įstatymas.

Atstovai teigia, kad jeigu Alkoholio kontrolės įstatymo ir Tabako kontrolės įstatymo formuluotės būtų suprantamos kaip visiškas alkoholio ir tabako gaminių reklamos uždraudimas, jos prieštarautų ne tik Konstitucijos 25 straipsniui, bet ir daugeliui Lietuvos Respublikos priimtų tarptautinių įsipareigojimų, kuriuos pagal Konstitucijos 138 straipsnį privalo vykdyti Vyriausybė ir kurie "yra sudedamoji Lietuvos Respublikos teisinės sistemos dalis".

Teisminio posėdžio metu Vyriausybės atstovai patvirtino raštu pateiktus savo argumentus ir pabrėžė, kad Vyriausybė jokių būdu neketina skatinti alkoholio ir tabako vartojimo, tačiau ji pritartų aiškioms įstatymo pataisoms, kurios numatytų reklamos ribojimo taisykles, bet nedraustų naudotis konstitucine teise informuoti vartotojus, o vartotojams - įgyvendinti savo teisės pasirinkti kokybiškesnius alkoholio ir tabako gaminius.

## VI

Teismo posėdyje kalbėjo oponuojančios Seimo narių grupės atstovai Seimo nariai Vytenis Andriukaitis ir Kazimieras Kuzminskas, kurie pareiškė remią ginčijamų įstatymų nuostatas ir pateikė kontrargumentų dėl pareiškėjų suformuluotų motyvų.

Konstitucinio Teismo posėdyje kalbėjo šie specialistai: Antanas Goštautas - Kardiologijos instituto Medicininės psichologijos laboratorijos vedėjas, profesorius; Tomas Stanikas - Kauno medicinos akademijos Profilaktinės medicinos katedros asistentas, Pasaulinės sveikatos organizacijos tabako kontrolės koordinatorius Lietuvoje; Vytautas Silickas - Valstybinio visuomenės sveikatos centro generalinio direktoriaus pavaduotojas; Giedrė Žilinskienė - Koordinacinės vaikų reikalų tarybos prie Lietuvos Respublikos Prezidento pirmininkė, medicinos mokslų daktarė; Gediminas Jakubčionis - Lietuvos blaivybės fondo pirmininkas; Gintaras Songaila - Lietuvos radijo ir televizijos asociacijos prezidentas; Marijus Jakulis Jason - teisininkas, patentų teisės specialistas. Sveikatos apsaugos ministerijos medicinos skyriaus konsultantė psichikos sveikatos klausimais, Vyriausybės narkotikų kontrolės komisijos pirmininko pavaduotoja Ona Grimalauskienė savo išvadas Teismui pateikė raštu.

### Konstitucinis Teismas

konstatuoja:

1. Byloje keliama alkoholinių gėrimų ir tabako gaminių reklamos draudimo teisėtumo klausimai. Juos spręsti įmanoma tik platesniame kontekste, tiriant informacijos laisvės sampratą ir galimybes tą laisvę riboti. Kartu būtina išsiaiškinti informacijos ir reklamos tarpusavio santykį ir alkoholio bei tabako gaminių vartojimo galimas pasekmes žmonių ir visuomenės sveikatai.

1.1. Kiekvienas žmogus turi savo pažiūras ir įsitikinimus, o nevaržoma galimybė juos reikšti yra elementari prielaida jam bendrauti su kitais žmonėmis. Tik laisvai keičiantis informacija atsiveria galimybė individui plėsti savo žinias, ugdyti pasaulėžiūrą, tobulėti kaip asmenybei. Laisvas ir visuotinis keitimasis informacija, nevaržomas jos sklaidymas yra ypač svarbus demokratinių procesų veiksnys, užtikrinantis ne tik individualios nuomonės, subjektyvių įsitikinimų, bet ir grupinių pažiūrų, įskaitant ir politines, bei visos tautos valios formavimą. Būtent dėl to informacijos laisvė yra pamatinis pliuralistinės demokratijos elementas.

Informacijos laisvė paprastai traktuojama plačiąja prasme ir apima žodžio laisvę, įsitikinimų turėjimo ir reiškimo laisvę, teisę gauti ir skleisti informaciją bei idėjas, spaudos ir kitų informacijos priemonių laisvę. Informacijos laisvė reiškia ne tik teisę informuoti (t. y. skleisti informaciją), bet ir teisę gauti informaciją. Neteisinga informacija, t. y. dezinformacija, valstybių įstatymais paprastai yra draudžiama. Taigi informacijai (įskaitant ir reklamą) taikytinas tiesos reikalavimas.

1.2. Tarp asmens teisių ir laisvių iš vienos pusės ir visuomenės interesų - iš kitos neretai kyla konfliktų, o kartais atsiranda ir prieštaravimų. Demokratinėje visuomenėje tokie prieštaravimai sprendžiami derinant skirtingus interesus ir siekiant nepažeisti jų pusiausvyros. Vienas iš interesų derinimo būdų yra asmens teisių ir laisvių ribojimas. Beje, tokią galimybę numato ir Europos Žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencija. Pagal šią Konvenciją ir susiformavusią Europos žmogaus teisių teismo praktiką tokie apribojimai galimi, t. y. laikomi pagrįstais, jeigu atitinka dvi sąlygas: 1) yra teisėti ir 2) būtinai reikalingi demokratinėje visuomenėje. Teisėtumo reikalavimas reiškia, kad apribojimai turi būti



nustatomi tik įstatymu, kuris viešai paskelbiamas, o jo normos suformuluojamos pakankamai aiškiai. Įstatymais apibrėžiant teisių įgyvendinimo ribas, būtina atsižvelgti į atitinkamos teisės (ar laisvės) paskirtį bei prasmę ir Konstitucijoje nustatytas jos ribojimo galimybes bei sąlygas. Ieškant atsakymo į klausimą, ar konkretus ribojimas yra būtinais reikalingas demokratinėje visuomenėje, pirmiausia reikia išsiaiškinti ribojimo tikslus bei paskirtį, o antra, nustatyti, ar ribojimo priemonės yra proporcingos siekiamam teisėtam tikslui.

Galimi atvejai, kai atitinkamo ribojimo prasmingumas slypi konkrečios teisės (ar laisvės) prigimtyje arba kai atitinkamais apribojimais siekiama išvengti kolizijos su kitomis pagrindinėmis teisėmis. Minėtais atvejais pagrindinių teisių apribojimų pagrindumas turėtų būti vertinamas sveiko proto ir akivaizdžios būtinybės kriterijais. Svarbu ir tai, kad dažnai konfliktas kyla iš esmės tarp lygiaverčių konstitucinių teisinių vertybių, todėl tokiais atvejais atitinkamais apribojimais neturėtų būti smarkiai pažeidžiama buvusi jų pusiausvyra.

1.3. "Reklama yra informacijos forma, kuria siekiama paskatinti pirkti produkciją ar paslaugas, paveikti viešąją nuomonę, įgyti politinę paramą, pasiekti tam tikrus tikslus ar gauti kitokią reklamuotojo norimą naudą" (The New Encyclopaedia Britannica, vol. 1, p. 103). Reklamos sąvoka yra apibrėžta ir Europos konvencijoje dėl televizijos be sienų (1989 m.): "Reklama - tai bet koks viešas pranešimas, skatinantis parduoti, pirkti arba nuomoti gaminius bei paslaugas, skatinantis minti arba veiklą, kurios pageidauja reklamos užsakovas. Jai skiriamas transliacijos laikas, už kurį reklamuotojas kokiu nors būdu atsilygina." Reklama paprastai pateikiama visuomenės informavimo priemonėmis, skelbimų lentose ar paštu. Nuo kitų informacijos formų ji skiriasi ir tuo, kad reklamuotojas moka tarpininkui už pranešimo paskelbimą, kartu įgydamas galimybę kontroliuoti pranešimo turinį ir formą, taip pat perdavimo laiką ar vietą.

Taigi reklamai būdingi bent du požymiai: 1) specialus jos tikslas - skatinti vartoti reklamuojamą dalyką arba vykdyti kitus reklamuotojo užsakymus, 2) atlygintinumas (už reklamą užsakovas kokiu nors būdu atsilygina). Todėl darytina išvada, kad reklama dažniausiai būna susijusi su materialine nauda: ja siekiama arba tiesiogiai didinti pelną (plečiant vartojimą, paslaugas), arba tai užsitikrinti ateityje (reklamuojant kompanijos ženklą ar veiklą, t. y. padedant jai įsitvirtinti rinkoje); be to, užsakovas atsilygina ir už reklamos perdavimą (ar transliavimą).

Daug dėmesio reklamos reglamentavimui skiriama ir minėtoje Europos konvencijoje dėl televizijos be sienų. Čia nustatytos tokios svarbiausios reklamos taisyklės: visi reklaminiai skelbimai turi būti teisingi ir sąžiningi; reklama neturi klaidinti visuomenės ar kenkti jos interesams; vaikams skirtoje reklamoje turi būti vengiama visko, kas gali pakenkti jų interesams, ir atsižvelgiama į didelį vaikų jautrumą (11 straipsnis); neleistina pasamone veikianti reklama; neleistina paslėpta reklama, ypač pristatant gaminius ir paslaugas reklamos tikslais (13 straipsnis).

Konvencijoje yra nustatyti ir televizijos reklamos trukmės apribojimai: ji neturi viršyti 15 procentų kasdienio transliavimo laiko; reklaminio tarpo trukmė per vieną valandą neturi viršyti 20 procentų. Pažymėtina, kad tokie trukmės apribojimai kitai informacijai nėra taikomi.

1.4. Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnio 1 pastraipoje nurodyta, kad etilo alkoholis yra narkotinio veikimo medžiaga, galinti lemti pripratimą ir priklausomybę nuo jos. Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnio 2 pastraipoje nurodyta, kad tabako gaminiai turi nikotino, dervų ir kitų kenksmingų medžiagų ir sukelia nikotinizmą (priklausomybę nuo nikotino).

Pasaulinės sveikatos organizacijos Priklausomybės nuo

vaistų ekspertų komitetas savo 20 ir 29 pranešimuose (WHO Technical Report Series No 551, No 836) alkoholį ir tabaką priskyrė prie medžiagų, sukeliančių priklausomybę.

Tarptautinės statistinės ligų ir sveikatos problemų klasifikacijos dešimtojoje redakcijoje (Ženeva, 1992 m.) nurodyta, kad alkoholis ir tabakas yra psichoaktyviosios medžiagos, kurios gali padaryti somatinę žalą, sukelti ūminę intoksikaciją (alkoholis), priklausomybės sindromą, kitus žmogaus psichikos ir elgesio sutrikimus (F10-F19 poskyriai). Priklausomybės sindromas apibrėžiamas kaip "elgesio kognityviniai ir fiziologiniai reiškiniai, atsirandantys pakartotinai pavartojus medžiagas".

1977 m. Europos Bendrijos Komisijos Sveikatos ir saugos direktorato, Pasaulinės sveikatos organizacijos ir Tarptautinės alkoholio ir narkomanijos tarybos sudaryta ekspertų grupė pateikė šias išvadas: "Dėl toksinio efekto, kurį alkoholiniai gėrimai sukelia, EB Komisija neturi jų vertinti kaip įprastų maisto produktų ar šiaip gėrimų. Komisija kiek įmanoma skubiau turėtų peržiūrėti savo veiklą ekonomikos srityje, kad sumažintų didžiulę alkoholio vartojimo žalą sveikatai ir socialinei gerovei. Komisijai ir šalims - Europos Bendrijos narėms būtina suderinti savo politiką alkoholio gamybos ir jo rėmimo srityje, kad būtų sumažintas alkoholio vartojimas."

Alkoholio žalą žmogaus sveikatai patvirtina ir specialūs medicinos tyrimai bei statistika. Tarptautinė vėžio tyrimų agentūra yra pripažinusi, kad su alkoholio vartojimu yra susijęs burnos, ryklės, gerklų, stemplės ir kepenų vėžys (International Agency for Research on Cancer. Alcohol Drinking. IARC Monographs on the Evaluation of Carcinogenic Risks to Humans, Lyon: IARC, 1988). Tyrimais nustatyta, kad moterims, vartojančioms alkoholį, didėja santykinė rizika susirgti krūties vėžiu. Alkoholio vartojimas taip pat didina hemoraginio insulto riziką (Holder H., Edwards G.Eds. Alcohol and Public Policy: Evidence and Issues, Oxford: Oxford University Press, 1995). Alkoholio vartojimas ypač padidina bendro sergamumo ir mirtingumo riziką asmenims, sulaukusiems 50 metų amžiaus (Edwards G. et al. Alcohol Policy and the Public Good, Oxford: Oxford University Press, 1994). 10 procentų sumažėjus suvartojamo alkoholio, tenkančio vienam gyventojui, 20 procentų sumažėja vyrų mirtingumas nuo ligų, susijusių su alkoholio vartojimu, ir 5 procentais - visų savižudybių bei žmogžudysčių (Holder H., Edwards G.Eds. Alcohol and Public Policy: Evidence and Issues, Oxford: Oxford University Press, 1995).

Tabako narkotinių savybių mokslinių tyrimų, atliktų įvairiose šalyse per šį šimtmetį, duomenys buvo apibendrinti 1988 m. JAV Sveikatos departamento leidinyje "The Health Consequences of Smoking: Nicotine addiction. A Report of the Surgeon General". Jame buvo paskelbtos šios išvados: cigaretės ir kitos tabako formos sukelia priklausomybę; nikotinas yra veiklioji tabako medžiaga, kuri sukelia tą priklausomybę; farmakologiniai ir psichologiniai procesai, lemiantys priklausomybę nuo tabako, yra panašūs į procesus, lemiančius priklausomybę nuo tokių narkotinių medžiagų kaip heroinas ir kokainas. Nepriklausomai nuo tabako vartojimo būdo (rūkymo, kramtymo, uostymo) jame esantis nikotinas lengvai patenka į kraują ir sukelia įvairius biocheminius bei bioelektrinius smegenų, vegetacinės nervų sistemų, taip pat širdies ir kraujagyslių bei endokrininės sistemos pakitimus. Priklausomybė nuo tabako apibrėžiama kaip sutrikimas, kuris gali būti gydomas mediciniais būdais, todėl ji turi būti vertinama taip pat, kaip sutrikimas, atsiradęs vartojant kitas priklausomybę sukeliančias medžiagas. Taigi turi būti pripažintos galimybės priklausomus nuo tabako žmones, patiriančius abstinencijos reiškinius, gydyti psichologiniais bei farmakologiniais būdais.

Šalyse, kuriose rūkymas buvo plačiai paplitęs, 90 procentų

visų mirčių nuo plaučių vėžio, 75 procentai - nuo bronchito ir emfizemos ir apie 25 procentai - nuo širdies ligų priežastis buvo rūkymas (The Physician's Role. Smoke-free Europe: 1 WHO Regional Office for Europe, 1987).

Vadinasi, alkoholiniai gėrimai ir tabako gaminiai prie ypatingos paskirties prekių priskiriami dėl to, kad juos vartojant daroma žala žmonių sveikatai.

Taigi Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnio 1 pastraipos nuostata, kad "etilo alkoholis (toliau - alkoholis) - narkotinio veikimo medžiaga, galinti lemti pripratimą ir priklausomybę nuo jos", taip pat Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnio 2 pastraipos nuostata, kad "tabako gaminiai - iš bulvinių šeimos tabako (Nicotiana) genties augalo (Nicotiana tabacum, Nicotiana rustica ir kitų rūšių) lapų pagaminti rūkalai (cigaretės, cigarilės, papirosai, cigarai, pypkinis tabakas, machorka, kramtomasis tabakas ir uostomasis tabakas), turintys nikotino, dervų ir kitų kenksmingų medžiagų bei sukeliantys nikotinizmą (priklausomybę nuo nikotino)", yra paremtos mokslinių tyrimų išvadomis.

Istorijoje yra buvę laikotarpių, kai su alkoholio ar tabako gaminiiais, jų vartojimu buvo bandoma kovoti kategoriškais jų gamybos, prekybos ir vartojimo draudimais. Tačiau tokie prohibicijos bandymai nedavė geidžiamo rezultato. Per šimtmečius susiformavę vartojimo įpročiai bei dėl pripratimo ir priklausomybės atsirandantys vartotojai užtikrindavo minėtų medžiagų paklausą, todėl net draudimo sąlygomis būdavo randama būdų (dažniausiai nelegalių ir neteisėtų) tai paklausai patenkinti. Administracinius kategoriško draudimo metodus vėliau pakeitė įvairios ekonominio ir finansinio ribojimo, taip pat ir reklamos ribojimo, priemonės, kurios dažniausiai taikomos kartu su profilaktinėmis medicininio poveikio bei sanitarinio švietimo priemonėmis, sveiko gyvenimo būdo propagavimu ir kt.

Reikėtų pažymėti, kad ir minėtos Europos konvencijos dėl televizijos be sienų 15 straipsnyje yra įtvirtinti specialūs kai kurių rūšių gaminių reklamos draudimai bei apribojimai. Antai 1 paragrafe nustatyta: "Neleidžiama reklamuoti tabako gaminių." Tai yra kategoriškas draudimas, apimantis visus tabako gaminius - cigaretes, cigarus, pypkių tabaką, kramtomąjį, uostomąjį tabaką ir kt. 2 paragrafe nustatyti šie alkoholinių gėrimų reklamos apribojimai: tokia reklama jokiu būdu neturi būti skirta mažamečiams; reklama neturi sieti alkoholio vartojimo su fizine veikla ar vairavimu; ji negali teigti, kad alkoholis turi gydomųjų savybių ar gali būti stimuliuojamoji, raminamoji bei asmeninių problemų sprendimo priemonė; ji neturi skatinti besaikio alkoholio vartojimo ar neigiamai atsiliiepti apie abstinenciją ir saikingumą; ji neturi pabrėžti alkoholinio gėrimo turinio. Konvencija alkoholiniu gėrimu laiko kiekvieną gėrimą, kurio sudėtyje yra alkoholio, todėl alkoholiniu gėrimu laikomas ir sidras, ir alus, ir vynas. Alkoholinių gėrimų reklamos minėtų apribojimų tikslas - bent minimaliai apsaugoti vartotojus (ypač mažamečius) ir išvengti besaikio, sveikatai kenksmingo gėrimų vartojimo. Pagaliau trečia gaminių rūšis, kurios reklama taip pat ribojama, yra vaistai. Minėto straipsnio 3 ir 4 paragrafuose nustatyta: "Negalima reklamuoti vaistų ar gydymo vaistais, kurie transliuojančioje šalyje išigyjami tik su gydytojo receptu. Visų kitų vaistų ir gydymo vaistais reklama turi būti lengvai atpažįstama, teisinga, sąžininga, patikrinama ir turi apsaugoti žmogų nuo žalos."

Tokie reklamos apribojimai televizijoje pirmiausia yra susiję su išskirtine šios informacijos priemonės padėtimi, t. y. beveik neribotomis galimybėmis daryti poveikį (tiek teigiamą, tiek neigiamą) žmonėms ne tik vienos valstybės, bet ir regionų, net kontinentų ir viso pasaulio mastu. Kita vertus, transliavimo kanalų skaičius yra ribotas, dėl to sumažėja tikimybė, kad konkuruojančios stotys ištaisys daromas klaidas ir kompensuos

visuomenei padaryta žala dėl tendencingos informacijos. Minėti tabako ir alkoholio reklamos apribojimai laikytini dar vienu oficialiu tarptautiniu tų medžiagų žalingumo visuomenei patvirtinimu.

2. Dėl Alkoholio kontrolės įstatymo 1 ir 30 straipsnių, taip pat Tabako kontrolės įstatymo 1, 3 ir 11 straipsnių atitikimo Konstitucijai.

Pareiškėjai - tiek Seimo narių grupė, tiek Seimas - kreipimesi į Konstitucinį Teismą prašo ištirti, ar Alkoholio kontrolės įstatymo 1, 30 straipsniai ir Tabako kontrolės įstatymo 1, 3, 11 straipsniai atitinka Konstituciją, tačiau atitinkamų prašymų argumentuojamojoje dalyje savo prašymus jie faktiškai susiaurina iki minėtų straipsnių konkrečių dalių ar pastraipų. Antai Seimo narių grupės prašymo argumentuojamojoje dalyje reiškiami abejonė dėl Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnio 4 ir 5 pastraipų ir 30 straipsnio pirmosios bei trečiosios dalių, taip pat Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnio 4 ir 5 pastraipų, 3 straipsnio pirmosios dalies 6 punkto ir 11 straipsnio ketvirtosios ir penktosios dalių atitikimo Konstitucijai. Seimo 1996 m. birželio 25 d. nutarimo dėl kreipimosi į Konstitucinį Teismą rezoliucinėje dalyje prašoma ištirti, ar Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnio 4 pastraipa ir 30 straipsnis, taip pat Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnio 4 ir 5 pastraipos, 3 straipsnio pirmosios dalies 6 punktas ir 11 straipsnio ketvirtoji ir penktoji dalys neprieštaruoja Konstitucijai. Konstitucinis Teismas, remdamasis Konstitucijos 106 straipsnio šeštosios dalies nuostatomis, nagrinės ir vertins tik tas minėtų įstatymų normas, kurių nekonstitucingumas yra grindžiamas teisiniais motyvais.

2.1. Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnyje, taip pat Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnyje yra suformuluoti šiuose įstatymuose vartojamų pagrindinių sąvokų apibrėžimai. Pareiškėjai ginčija dviejų šiuose straipsniuose pateiktų definicijų - "reklamos" ir "netiesioginės reklamos" turinį.

Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnyje (4 ir 5 pastraipose) tos sąvokos taip apibrėžtos:

"Alkoholio reklama - su alkoholiniais gėrimais supažindinančios, jų gamybą, prekybą, importą, aptarnavimo būdus ar vartojimą remiančios audio- arba vizualinės informacijos neasmenišką perdavimą įvairiais būdais ir priemonėmis, įskaitant netiesioginę alkoholio reklamą tiesioginiam ar netiesioginiam alkoholinių gėrimų rėmimo efektui gauti.

Netiesioginė alkoholio reklama - alkoholinių gėrimų realizavimo ir vartojimo rėmimas populiarinant alkoholinius gėrimus gaminančių, importuojančių ar realizuojančių įmonių pavadinimus, naudojant prekės ženklus, simbolius, kitus būdingus alkoholinių gėrimų požymius, taip pat Lietuvos Respublikoje realizuojamas prekes, gaminius, kitas materialines informacijos laikmenas, paslaugas, tiesiogiai nesusietas su alkoholiniais gėrimais ir jų vartojimu."

Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnyje (4 ir 5 pastraipose) minėtos sąvokos taip apibūdintos:

"tabako gaminių reklama - su tabako gaminiais, rūkymo atributais supažindinančios, jų gamybą, vidaus prekybą, importą ir vartojimą remiančios vizualinės arba audioinformacijos neasmenišką perdavimą įvairiais būdais ir priemonėmis, įskaitant netiesioginę tabako gaminių reklamą tiesioginiam ar netiesioginiam tabako gaminių rėmimo efektui gauti;

netiesioginė tabako gaminių reklama - tabako gaminių realizavimo ir vartojimo rėmimas populiarinant tabako gaminius gaminančių, importuojančių ar realizuojančių įmonių pavadinimus, naudojant prekės ženklus, simbolius, kitus būdingus tabako gaminių požymius, taip pat Lietuvos Respublikoje realizuojamas prekes, gaminius, kitas materialines informacijos laikmenas, paslaugas, tiesiogiai nesusietas su tabako gaminiais ir jų

vartojimu."

Sugretinus pateiktas formuluotes pagal svarbiausius teisinius elementus, galima daryti išvadą, kad sąvokos "alkoholio reklama" bei "tabako gaminių reklama" viena kitos atžvilgiu ir sąvokos "netiesioginė alkoholio reklama" bei "netiesioginė tabako gaminių reklama" viena kitos atžvilgiu iš esmės yra identiškos. Tai duoda pagrindo jas nagrinėti kartu, prireikus atsižvelgiant į jų ypatumus.

Pareiškėjo - Seimo narių grupės nuomone, pagal "pateikiamus alkoholio ir tabako gaminių reklamos bei netiesioginės alkoholio ir netiesioginės tabako gaminių reklamos apibrėžimus reklama pripažįstama ne tik informacija, tiesiogiai susijusi su alkoholio ar tabako gaminių vartojimo skatinimu, bet ir informacija, tiek susijusi su alkoholio ar tabako gaminių gamyba, importu, realizacija, tiek ir visiškai su tuo nesusijusi. Tokie reklamos apibrėžimai ydingi visų pirma dėl to, kad jie itin nekonkretūs ir abstraktūs, todėl pagal juos reklama gali būti pripažįstama ne tik tai, kas iš tikrųjų atitinka visuotinai priimtą reklamos sampratą, bet ir bet kokia kita informacija".

Tiriant įstatymuose pateiktus reklamos apibrėžimus nustatyta, kad jie svarbiausiais požymiais yra panašūs į kitų šalių įstatymuose bei tarptautiniuose dokumentuose esančią tokios reklamos sampratą. Pavyzdžiui, Norvegijos teisės aktuose reklama taip apibrėžiama: "Reklama - tai bet kokia visuomenės informavimo forma, naudojama marketingo tikslais; tai ir reklama raštu ar spausdinta forma, filmai, iliuminacinė reklama, plakatai, ženklai ir panašios priemonės, piešiniai, gaminių išstatymas ir pan., taip pat spausdintos medžiagos, pavyzdžių platinimas ir kt." Europos Sąjungos 1992 m. dokumente 92/C 129/04 yra pateikta tokia tabako reklamos sąvoka: "reklama - tai bet kokia išspausdintos, pateiktos raštu ar žodžiu, per radiją, televiziją ar kiną informacijos perdavimo forma, kai siekiama tiesiogiai ar netiesiogiai reklamuoti tabako gaminių/gaminius; ši sąvoka taip pat apima tokį reklamavimo būdą, kai stengiamasi apeiti reklamos draudimą nepaminint konkretaus gaminio, o naudojant firmos ženklus, prekės ženklus, emblemas ir kitus charakteringus tabako gaminių požymius". Taigi svarbiausia reklamos paskirtis - remti atitinkamus gaminius, formuoti palankų jų įvaizdį ir tiesiogiai ar netiesiogiai skatinti juos vartoti.

Daugeliu atvejų tabako gaminių reklamos turinys būna vienpusis, tendencingas: tabakas, rūkymas dažnai siejami su jaunyste, sportu, vyriškumu, seksualumu, gamtos grožiu, moterų elegancija, romantiškumu, nepriklausomybe ir pan., t. y. formuojama nuomonė, kad rūkymas yra socialiai priimtinas ir skatintinas dalykas. Tuo tarpu apie tabako žalą ne tik rūkančiajam, bet ir aplinkai tokiose reklamose neužsimenama. Taigi akivaizdu, jog leidimas reklamuoti ir skatinti tabako gaminių vartojimą reiškia ne ką kita, kaip tam tikrą pritarimą peršamam stereotipui, kad rūkymas yra visuomeniškai priimtinas įprotis, tuo tarpu tabako gaminių reklamos draudimas prisideda prie formavimo nuomonės, kad visuomenės elgesio norma yra nerūkymas.

Kaip jau buvo konstatuota, alkoholiniai gėrimai ir tabako gaminiai priklauso toms medžiagų grupėms, kurias vartojant neabejotinai kenkiama žmonių sveikatai. Remdamasis Konstitucijos 25 straipsnio trečiaja dalimi, įstatymų leidėjas galėjo riboti informaciją apie alkoholinius gėrimus ir tabako gaminius. Įstatymai iš esmės nustato komercinės informacijos apie alkoholinius gėrimus ir tabako gaminius ribojimą ir vadina tai alkoholinių gėrimų ir tabako gaminių reklamos, jų realizavimo ir vartojimo rėmimo draudimu. Taigi pareiškėjo teiginys, kad įstatymai draudžia bet kokią informaciją apie alkoholinius gėrimus ir tabako gaminius, neatitinka tikrovės.

Kartu būtina atkreipti dėmesį į tai, kad nagrinėjamuose įstatymuose yra pateikti pernelyg platūs ir nekonkretūs "netiesioginės reklamos" apibrėžimai. Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnio 5 pastraipos pabaiga - "taip pat Lietuvos Respublikoje realizuojamas prekes, gaminius, kitas materialines informacijos laikmenas, paslaugas, tiesiogiai nesusietas su alkoholiniais gėrimais ir jų vartojimu" - ir Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnio 5 pastraipos pabaiga - "taip pat Lietuvos Respublikoje realizuojamas prekes, gaminius, kitas materialines informacijos laikmenas, paslaugas, tiesiogiai nesusietas su tabako gaminiais ir jų vartojimu" - akivaizdžiai netelpa į įprastinę reklamos sampratą ir nepagrįstai ją išplečia. Pagal minėtas formuluotes būtų galima informacija, neturinčią tiesioginio ryšio su alkoholio ar tabako gaminiais bei jų vartojimu, paskelbti esant alkoholio ar tabako gaminių reklama, ir ją drausti. Tai reikštų nepagrįstą, todėl ir neteisėtą informacijos laisvės ribojimą. Atsižvelgiant į nurodytus motyvus darytina išvada, kad Alkoholio kontrolės įstatymo 1 straipsnio 5 pastraipos nuostata - "taip pat Lietuvos Respublikoje realizuojamas prekes, gaminius, kitas materialines informacijos laikmenas, paslaugas, tiesiogiai nesusietas su alkoholiniais gėrimais ir jų vartojimu" - ir Tabako kontrolės įstatymo 1 straipsnio 5 pastraipos nuostata - "taip pat Lietuvos Respublikoje realizuojamas prekes, gaminius, kitas materialines informacijos laikmenas, paslaugas, tiesiogiai nesusietas su tabako gaminiais ir jų vartojimu" - prieštarauja Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

Pareiškėjo - Seimo narių grupės atstovas teigė, kad tabako gaminių ir alkoholio reklamos draudimas pažeidžia gamintojo teisę į prekių ženklą, nes faktiškai riboja galimybę juo naudotis. Kartu pažeidžiama Paryžiaus konvencija dėl pramoninės nuosavybės apsaugos. Konstitucinis Teismas pažymi, kad ginčijamuose įstatymuose nėra normų, tiesiogiai draudžiančių naudotis prekės ženklais. Minėtais įstatymais iš esmės yra draudžiama naudoti prekės ženklus tik reklamos tikslais, todėl šie klausimai nagrinėtini kartu. Būtina atkreipti dėmesį ir į tai, kad Bendrojo tarifų ir prekybos susitarimo (GATT) XX straipsnis nustato, jog "niekas pagal šį Susitarimą neturi būti daroma, kad būtų užkirstas kelias įgyvendinti ir išsigaliooti priemonėms, kurios yra būtinos žmonių gyvybei ir sveikatai apsaugoti". GATT ekspertų grupė nurodė, kad tai užtikrina žmonių sveikatos prioritetą prekybos liberalizavimo atžvilgiu. Taigi nėra teisinio pagrindo teigti, kad teisė į prekių ženklą turi prioritetą žmonių sveikatos atžvilgiu. Tuo labiau kad Lietuvos įstatymų leidėjas nerado reikalo įtvirtinti prekių ženklų prioritetą žmonių sveikatos atžvilgiu.

2.2. Pareiškėjai ginčija Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio pirmąją dalį, kurioje nustatyta:

"Lietuvos Respublikoje alkoholinių gėrimų reklama draudžiama:

1) per Lietuvos radijo ir televizijos stotyse pagamintas radijo ir televizijos programas, taip pat per Lietuvos spaudą;

2) panaudojant užsienio šalyse atspausdintus, įvežtus į Lietuvos Respubliką ir joje realizuojamus specializuotus reklaminius leidinius, skirtus alkoholio reklamai;

3) paštu (naudojant atvirlaiškius, vokus, pašto ženklus);

4) kitais audio- arba vizualinės informacijos perdavimo būdais, priemonėmis, įskaitant netiesioginę alkoholinių gėrimų reklamą."

Taip pat ginčijama Tabako kontrolės įstatymo 3 straipsnio pirmosios dalies 6 punkto nuostata "drausti tabako gaminių reklamą, jų realizavimo ir vartojimo rėmimą" ir 11 straipsnio ketvirtoji dalis: "Lietuvos Respublikoje tabako gaminių reklama draudžiama."

Pareiškėjų nuomone, minėtomis normomis pažeidžiama

Konstitucijos 29 straipsnio antrosios dalies nuostata, kad "žmogaus teisių negalima varžyti ir teikti jam privilegijų dėl jo lyties, rasės, tautybės, kalbos, kilmės, socialinės padėties, tikėjimo, įsitikinimų ar pažiūrų pagrindu". Jie teigia, kad Konstitucija garantuoja ne tik kiekvienam asmeniui teisę turėti savo įsitikinimus dėl alkoholinių gėrimų vartojimo ar rūkymo tikslingumo ir pan., bet ir tai, kad asmenys, kurių požiūris į alkoholinių gėrimų vartojimą ar rūkymą yra neigiamas, negali turėti privilegijos tų, kurių požiūris į analogiškus dalykus yra indiferentiškas arba teigiamas, atžvilgiu. Atimant teisę į informaciją, iš žmogaus atimama galimybė rinktis.

Konstitucinis Teismas pažymi, kad reklama taip pat yra informacija, nes suteikia jos gavėjui tam tikrų žinių apie prekes, paslaugas ar kitus reklamuojamus objektus (subjektus). Tačiau tai yra savitas informacijos porūšis, kuris paprastai vadinamas komercine informacija. Reklama yra neatsiejama nuo verslo sferos, marketingo, nes faktiškai jiems tarnauja, yra svarbi konkurencijos priemonė. Vis dėlto tabako gaminių ir alkoholio reklamos draudimas negali būti traktuojamas kaip žmonių diskriminacija ar privilegijų teikimas jau vien dėl to, kad toks draudimas liečia ne atskiras žmonių grupes, o visą visuomenę. Kita vertus, tokiu draudimu siekiama humanišku tikslu: apsaugoti jaunimą nuo psichologinio spaudimo rūkyti ar vartoti alkoholinius gėrimus; sustabdyti rūkymo ir gėrimo plitimą tarp moterų; apginti vartotojus nuo dažniausiai vienus ir tendencingai ribotos informacijos; įtvirtinti požiūrį, kad rūkymas ir alkoholinių gėrimų vartojimas kenkia visuomenės sveikatai. Šie tikslai atitinka Pasaulinės sveikatos organizacijos keliamus uždavinius visuomenės ir žmonių sveikatos srityje.

Pareiškėjai abejoja Alkoholio kontrolės įstatyme ir Tabako kontrolės įstatyme vartojamų teiginių "drausti reklama" teisėtumu, nes Konstitucijos 25 straipsnio trečiojoje dalyje kalbama tik apie galimybę riboti informacijos laisvę. Antai Seimo nutarime dėl kreipimosi į Konstitucinį Teismą rašoma, kad "Alkoholio kontrolės įstatymu ir Tabako kontrolės įstatymu draudžiama gauti ir skleisti informaciją apie alkoholio ir tabako gaminius [...]".

Pažymėtina, kad minėta abejonė yra nepamatuota, nes ji grindžiama iš esmės klaidinga prielaida, kad informacija yra tolygi reklamai. Reklama yra informacija, tačiau ne kiekviena informacija yra reklama. Todėl alkoholio ir tabako gaminių reklamos draudimas gali reikšti tik tam tikros rūšies informacijos (vadinamosios komercinės, ar marketingo, informacijos) draudimą, kas visos informacijos mastu gali būti vertinama tik kaip informacijos ribojimas. Kita vertus, įstatymų leidėjo vartojama sąvoka "draudžiama" ne visada reiškia absoliutų netgi reklamos draudimą. Pavyzdžiui, Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio pirmojoje dalyje, kur kalbama apie alkoholinių gėrimų reklamos draudimą, yra nustatytas konkrečių reklamos formų bei būdų draudimas. Akivaizdu, kad jie neaprepia visų galimų alkoholio reklamavimo būdų, todėl šiuo atveju negalima teigti, kad tai yra visiškas alkoholio reklamos draudimas. Faktiškai tai yra dalinis (nors ir ženklus) komercinės informacijos apie alkoholi ribojimas.

Kitokio pobūdžio yra tabako gaminių reklamos draudimas. Tabako kontrolės įstatyme toks draudimas yra paskelbtas valstybės tabako kontrolės politikos principu (3 straipsnis). Šio įstatymo 11 straipsnyje yra įtvirtinta norma, kad tabako gaminių reklama draudžiama. Tai iš tiesų gali būti suprantama kaip visuotinis tabako gaminių reklamos draudimas, tačiau iš to negalima daryti išvados, kad draudžiama visokia informacija apie tabako gaminius. Tabako kontrolės įstatymo 11 straipsnio šeštojoje dalyje nustatyta, kad "tabako gaminių prekybos vietose leidžiama teikti informaciją apie parduodamą tabako gaminių

ypatybes, rūši, kokybę bei sveikatai kenksmingų medžiagų kiekį juose". Be to, įstatymas nustato ir privalomos informacijos apie tabako gaminius ir jų pardavimo apribojimus teikimo tvarką: prekybos tabako gaminiiais vietose privalo būti užrašai, išspėjantys apie kenksmingą rūkymo poveikį sveikatai, informuojantys apie draudimą parduoti tabako gaminius asmenims iki 18 metų bei kitus tabako gaminių pardavimo apribojimus. Beje, vartotojui svarbiausia informacija turi būti pateikiama ir ant tabako gaminių pakuočių, t. y. ant jų privalo būti: užrašai lietuvių kalba (ant pakuočių šoninių pusių) apie tabako gaminiuose esančių dervų ir nikotino kiekį; išspėjamieji užrašai lietuvių kalba apie kenksmingą rūkymo poveikį sveikatai; prekių ženklai. Be tokių užrašų Lietuvoje realizuoti tabako gaminius draudžiama.

Konstitucinis Teismas pažymi ir tai, kad informacijos laisvės ribojimo masto Konstitucija neapibrėžia. Tai reiškia, kad pasirinkti ir nustatyti ribojimo apimtį yra neabejotina įstatymų leidėjo prerogatyva. Suprantama, kad tokie apribojimai atitiktų teisingumo sampratą bei reikalavimus, turėtų būti atsižvelgiama į anksčiau minėtus teisėtumo ir būtinumo demokratinėje visuomenėje kriterijus. Įvairūs alkoholinių gėrimų bei tabako gaminių reklamos apribojimai yra nustatyti ir kai kuriose kitose valstybėse. Pasaulinės sveikatos organizacijos duomenimis, 1991 m. tabako reklama buvo visiškai uždrausta 27 pasaulio šalyse (iš jų 13 Europos). Dar 77 pasaulio valstybėse yra nustatyti įvairūs daliniai tabako gaminių reklamos apribojimai. Alkoholinių gėrimų reklamos apribojimai yra dar įvairesni: stiprių alkoholinių gėrimų reklamos draudimas per televiziją, radiją, spaudoje ir plakatuose yra nustatytas 10 Europos valstybių, toks pat vynų reklamos draudimas - 9 Europos šalyse, o alaus - 6 Europos šalyse (Alcohol in Europe - a Health Perspective: WHO Regional Office for Europe, Copenhagen, 1995). Todėl darytina išvada, kad Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatyme ir Tabako kontrolės įstatyme nustatyti reklamos draudimai ar apribojimai negali būti laikomi beprecedenčiais, palyginti su kitomis Europos ar pasaulio valstybėmis.

Pareiškėjas taip pat nurodo, kad Konstitucijos 46 straipsnio trečiojoje dalyje nustatyta, jog "valstybė reguliuoja ūkinę veiklą taip, kad ji tarnautų bendrai tautos gerovei". Todėl sprendžiant, ar ginčijami teisės aktai atitinka Konstituciją, būtina turėti galvoje tai, jog rinkos ekonomikoje reklama yra vienas iš veiksnių, darančių tiesioginę įtaką gamybos augimui. Prašyme pažymima, kad ūkio subjektai turi nevienodas ūkininkavimo sąlygas, nes vieni subjektai, užsiimančys legalia veikla, turi galimybę reklamuotis, tuo tarpu iš kitų legalia veikla užsiimančių subjektų tokia galimybė atimama.

Vertinant reklamos teisinį reguliavimą Lietuvoje, iš tiesų būtina atsižvelgti ir į Konstitucijos 46 straipsnio nuostatas. Minėto straipsnio antrosios dalies nuostata, kad "valstybė remia visuomenei naudingas ūkines pastangas ir iniciatyvą", pirmiausia reiškia Konstitucijoje įtvirtintą galimybę valdžios institucijoms vertinti ūkinės veiklos sritis pagal jų naudą visuomenei. Antra, tik tokio vertinimo ir grupavimo pagrindu įmanoma realizuoti įtvirtintą teisę remti konkrečias ūkinės veiklos sritis ar konkrečias ūkines pastangas. Pagaliau minėtas ūkinės veiklos vertinimas sudaro reikiamas prielaidas Konstitucijos 46 straipsnio trečiosios dalies nuostatai įgyvendinti: "Valstybė reguliuoja ūkinę veiklą taip, kad ji tarnautų bendrai tautos gerovei." Vienas iš svarbiausių šios nuostatos akcentų - galimas diferencijuotas ūkinės veiklos teisinis reguliavimas. Pagrindinis jo kriterijus - bendra tautos gerovė. Tai gana bendras ir platus kriterijus, kurį taikant gali būti remiamasi tiek bendros gerovės samprata, tiek tikslingumo



argumentais.

Taigi būtų neteisinga cituotą Konstitucijos 46 straipsnio nuostatą suvokti kaip valstybės prievolę beatodairiškai remti bet kokias ūkines pastangas ar veiklą. Priešingai, kaip jau buvo minėta, valstybė šiuo atveju turi galimybę pasirinkti. Kita vertus, tautos gerovė neturėtų būti suvokiama vien materialine (ar finansine) prasme. Be to, kažin ar būtų teisinga ir dora siekti materialinės gerovės tokiu būdu, kuris kenkia žmonių sveikatai.

Pažymėtina ir tai, kad reklamos ribojimas yra tik vienas iš būdų, taikomų žalingų žmogaus sveikatai medžiagų neribotam platinimui bei vartojimui mažinti. Kiti ribojimo būdai nurodomi įstatymuose. Antai Alkoholio kontrolės įstatymo 3 straipsnio pirmojoje dalyje numatyta: mokesčiais mažinti alkoholinių gėrimų prieinamumą; valstybinio reguliavimo priemonėmis riboti privatų pelną, gautą iš alkoholinių gėrimų gamybos, importo ir prekybos alkoholiniais gėrimais; riboti alkoholinių gėrimų realizavimo ir vartojimo rėmimą; didinti visuomenės informuotumą alkoholio vartojimo daromos socialinės ir ekonominės žalos sveikatai ir ūkiui klausimais ir pan. Atitinkamai Tabako kontrolės įstatymo 3 straipsnio pirmojoje dalyje numatyta: mokesčiais mažinti rūkalų prieinamumą; drausti naudoti valstybės ir savivaldybių biudžetų lėšas tabako auginimui, jo gaminių gamybai, vidaus prekybai ir importui plėtoti; didinti visuomenės informuotumą apie rūkalų vartojimo daromą socialinę ir ekonominę žalą sveikatai. Be to, įstatymų nuostatų laikymosi kontrolei užtikrinti yra sukurta speciali institucijų sistema ir nustatyta atsakomybė už įstatymų pažeidimus.

2.3. Pareiškėjai ginčija Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio trečiosios dalies nuostatą, kad "audio- arba vizualinės informacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo būdų pripažinimo alkoholio reklama kriterijus, alkoholio reklamos draudimo kontrolės tvarką nustato Lietuvos Respublikos Vyriausybė", taip pat Tabako kontrolės įstatymo 11 straipsnio 5 dalį, nustatančią, kad "vizualinės arba audioinformacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo būdų pripažinimo tabako reklama kriterijus, tabako gaminių reklamos draudimo kontrolės tvarką nustato Lietuvos Respublikos Vyriausybė".

Kiekviena iš ginčijamų nuostatų faktiškai susideda iš dviejų dalių: vienoje kalbama apie kriterijus, kuriais remiantis tam tikra informacija būtų pripažįstama reklama, antroje - apie reklamos draudimo kontrolės tvarką. Beje, kontrolės institucijų sistema ir jų kompetencijos pagrindus nustato minėti įstatymai. Jie taip pat suteikia Vyriausybei įgaliojimus rengti kontrolės programas, vykdyti kontrolės tvarkos teisinį reguliavimą, prižiūrėti atitinkamų institucijų veiklą. Tai atitinka Vyriausybės kompetenciją, neprieštarauja Konstitucijai. Tačiau pavedimas Vyriausybei nustatyti informacijos priskyrimo reklamai kriterijus iš esmės reiškia teisę spręsti, kokia informacija bus pripažinta reklama, todėl ir draustina. Tai yra ne kas kita, kaip teisės riboti alkoholio ir tabako gaminių reklama delegavimas Vyriausybei. Tuo tarpu Konstitucijos 25 straipsnio trečiojoje dalyje yra įtvirtinta kategoriška norma, kad "laisvė reikšti įsitikinimus, gauti ir skleisti informaciją negali būti ribojama kitaip, kaip tik įstatymu".

Todėl Konstitucinis Teismas daro išvadą, kad Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio trečiosios dalies nuostata "audio- arba vizualinės informacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo būdų pripažinimo reklama kriterijus [...]", taip pat Tabako kontrolės įstatymo 11 straipsnio penktosios dalies nuostata "vizualinės arba audioinformacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo būdų pripažinimo tabako reklama kriterijus [...]" prieštarauja Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

3. Dėl Vyriausybės 1996 m. vasario 2 d. nutarimo Nr. 179

"Dėl alkoholio reklamos kontrolės" atitikimo Konstitucijai.

Vyriausybė 1996 m. vasario 2 d. priėmė nutarimą Nr. 179 "Dėl alkoholio reklamos kontrolės". Šiuo nutarimu buvo patvirtinti "Garsinės arba vaizdinės informacijos apie alkoholinius gėrimus turinio, apipavidalinimo, perdavimo būdų pripažinimo alkoholio reklama kriterijai". Pareiškėjas - Seimo narių grupė pažymi, jog Konstitucijos 25 straipsnio trečiojoje dalyje nustatyta, kad laisvė reikšti įsitikinimus, gauti ir skleisti informaciją negali būti ribojama kitaip, kaip tik įstatymu. Be to, teigiama, kad ginčijamame teisės akte informacija, kuri pripažinta reklama ir yra draustina, nustatė Vyriausybė, todėl darytina išvada, kad ginčijamas Vyriausybės nutarimas pagal formą prieštarauja Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

Ginčijamas Vyriausybės nutarimas buvo priimtas įgyvendinant Alkoholio kontrolės įstatymo 30 straipsnio trečiąją dalį. Nutarimas susideda iš dviejų punktų: 1 punkte išvardyti subjektai, kuriems pavesta kontroliuoti alkoholio reklamą (tai yra numatyta ir įstatyme), o 2 punktu patvirtinti "Garsinės arba vaizdinės informacijos apie alkoholinius gėrimus turinio, apipavidalinimo, perdavimo būdų pripažinimo alkoholio reklama kriterijai". Atsižvelgiant į tai, kad įstatymo 30 straipsnio minėta nuostata, kuria Vyriausybei buvo deleguojama teisė riboti informaciją, yra pripažinta prieštaraujančia Konstitucijai, Vyriausybės 1996 m. vasario 2 d. nutarimo Nr. 179 "Dėl alkoholio reklamos kontrolės" 2 punktą pripažįstamas prieštaraujančiu Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

Vadovaudamasis Lietuvos Respublikos Konstitucijos 102 straipsniu, Lietuvos Respublikos Konstitucinio Teismo įstatymo 53, 54, 55 ir 56 straipsniais, Lietuvos Respublikos Konstitucinis Teismas

nutaria:

1. Pripažinti, kad Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymo:

1) 1 straipsnio 4 pastraipa neprieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijai;

2) 1 straipsnio 5 pastraipos nuostata "taip pat Lietuvos Respublikoje realizuojamas prekes, gaminius, kitas materialines informacijos laikmenas, paslaugas, tiesiogiai nesusietas su alkoholiniais gėrimais ir jų vartojimu" prieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai;

3) 30 straipsnio pirmoji dalis neprieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijai;

4) 30 straipsnio trečiosios dalies nuostata "audio- arba vizualinės informacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo būdų pripažinimo alkoholio reklama kriterijus" prieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

2. Pripažinti, kad Lietuvos Respublikos tabako kontrolės įstatymo:

1) 1 straipsnio 4 pastraipa neprieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijai;

2) 1 straipsnio 5 pastraipos nuostata "taip pat Lietuvos Respublikoje realizuojamas prekes, gaminius, kitas materialines informacijos laikmenas, paslaugas, tiesiogiai nesusietas su tabako gaminiiais ir jų vartojimu" prieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai;

3) 3 straipsnio pirmosios dalies 6 punktą neprieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijai;

4) 11 straipsnio ketvirtoji dalis neprieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijai;

5) 11 straipsnio penktosios dalies nuostata "vizualinės arba audioinformacijos turinio, apipavidalinimo, jos perdavimo

būdų pripažinimo tabako reklama kriterijus" prieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai.

3. Pripažinti, kad Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1996 m. vasario 2 d. nutarimo Nr. 179 "Dėl alkoholio reklamos kontrolės" 2 punktą prieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijos 25 straipsnio trečiajai daliai. Kita šio Vyriausybės nutarimo dalis neprieštarauja Lietuvos Respublikos Konstitucijai.

Šis Konstitucinio Teismo nutarimas yra galutinis ir neskundžiamas.

Nutarimas skelbiamas Lietuvos Respublikos vardu.