



LIETUVOS RESPUBLIKOS EKONOMIKOS IR INOVACIJŲ MINISTERIJA

Biudžetinė įstaiga, Gedimino pr. 38, LT-01104 Vilnius, tel.: +370 706 64 845,
el. p. kanc@eimin.lt, <http://eimin.lrv.lt>.

Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 188621919

Lietuvos Respublikos Vyriausybės peticijų komisijai

Į 2025-03-18 raštą Nr. 2-3563

Kopija

Lietuvos Respublikos kultūros ministerijai,
Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijai,
Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerijai,
Justui Ivanauskui
justasivanauskas10@gmail.com

DĖL LIETUVOS RESPBLIKOS VYRIAUSYBĖS PETICIJŲ KOMISIJOS KREIPIMOSI

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerija (toliau – Ministerija) susipažino su Lietuvos Respublikos Vyriausybės peticijų komisijos 2025 m. kovo 18 d. raštu Nr. 2-3563, kuriame pateikiami piliečio Justo Ivanausko (toliau – pareiškėjas) išdėstyti prašymai ir siūlymai dėl sekso, erotinių prekių ir jų turinio reklamų draudimo, specializuotų prekių ženklinimo ir kt.

Informuojame, kad Lietuvos Respublikos įstatymai, Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimai ir Ministerijos nuostatai, patvirtinti Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1998 m. liepos 23 d. nutarimu Nr. 921 „Dėl Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos nuostatų patvirtinimo“ (toliau – Nuostatai), nesuteikia Ministerijai teisės aiškinti teisės aktų nuostatų ir jų taikymo, todėl Ministerijos išreikšta nuomonė pareiškėjo keliamais klausimais nėra laikytina oficialiu teisės aktų aiškinimu ar sprendimu konkrečioje situacijoje.

Pažymime, kad Ministerija, teikdama atsakymą, vadovaujasi Nuostatų 7.1 papunkčiu, pagal kurį Ministerija formuoja valstybės ekonomikos politiką prekių ir paslaugų reklamos srityje, taip pat bendrąją vidaus prekybos politiką (įskaitant alkoholio, tabako, tabako gaminių ir su tabako gaminiais susijusių gaminių kontrolę), todėl atsakyme pasisakoma tik dėl teisės aktų, kurių rengimas yra Ministerijos kompetencijos ribose.

Pareiškėjas 2025 m. vasario 1 d. peticijoje „Dėl sekso, erotinių prekių, jų turinio ir sekso, erotinio turinio reklamų uždraudimo“ ir 2025 m. vasario 12 d. prašyme pripažinti dokumentą „Peticiją dėl sekso, erotinių prekių, jų turinio ir sekso, erotinio turinio reklamų uždraudimo“ peticija ir peticijos papildyme teikia siūlymus visiškai uždrausti sekso, erotinių prekių reklamą („bet kokia sekso, erotinių prekių ir suaugusiems skirta turinio reklama būtų draudžiama televizijoje, radijuje, kitose elektroninėse informavimo priemonėse, viešai matomuose stenduose ir kitose vietose ir būdais“), taip pat griežtinti reikalavimus kontracetinių prekių ir kitų su lytiniu gyvenimu susijusių priemonių žymėjimui ir privalomam ženklinimui („būtų ženklinamos informacija apie atsakingą naudojimą ir galimus padarinius. Pavyzdžiui, <...> ant tokių prekių pakuočių (ar šalia jų) būtų pateiktos etiketės/QR kodais/ lankstinukai <...> „Geriausia apsauga – sąmoningas pasirinkimas.“, „Susilaikymas – vienintelis 100% efektyvus būdas išvengti nėštumo ir LPL.<...>“)

Ministerijos nuomone siekiant įgyvendinti pareiškėjo siūlymus galimai reikėtų inicijuoti Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo ir Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministro 2002 m. gegužės 15 d. įsakymu Nr. 170. „Dėl Prekių ženklinimo ir kainų nurodymo taisyklių patvirtinimo“, patvirtintų Prekių ženklinimo ir kainų nurodymo taisyklių (toliau – Prekių ženklinimo ir kainų nurodymo taisyklės) pakeitimus.

Atkreiptinas dėmesys, kad šiuo metu galiojančiuose Reklamos įstatymo 7 str. ir Lietuvos Respublikos nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo 4 str. nustatyti draudimai ir ribojimai reklamai ir viešajai informacijai, kuri galimai darytų žalingą moralinį ir fizinį poveikį vaikams arba galėtų būti žalinga nepilnamečių psichinei ar fizinei sveikatai, fiziniam, protiniam, dvasiniam ar doroviniam vystymuisi. Tokio pobūdžio informacijai priskiriama ir erotinio pobūdžio informacija. Tuo pačiu reklama draudžiama daryti žalingą moralinį ir fizinį poveikį vaikams: formuoti vaikų nuomonę, kad tam tikrų prekių ar paslaugų naudojimas suteiks jiems fizinį, psichologinį ar socialinį pranašumą prieš bendraamžius ar kitus asmenis; nepagrįstai rodyti vaikus, patekusius į situacijas, kurios kelia grėsmę jų sveikatai ir gyvybei. Taip pat ir bendrieji reklamos principai numato, kad reklama turi būti padori ir teisinga (Reklamos įstatymo 3 str. 1 d.), reklama draudžiama pažeisti visuomenės moralės principus, žeminti žmogaus garbę ir orumą (Reklamos įstatymo 4 str. 2 d. 1-2 p.).

Svarbu pabrėžti, kad teisėkūros procesu ūkio subjektams nustatant naujus nuolatinio pobūdžio draudimus būtina atsižvelgti ir į Lietuvos Respublikos teisėkūros pagrindų įstatymo 3 str. 2 d. 2 p. įtvirtintą proporcingumo principą, kuris nustato, kad būtina nevaržyti teisinių santykių subjektų daugiau, negu to reikia tinkamo teisinio reguliavimo tikslams pasiekti. Kartu pažymėtina, jog vadovaujantis šio įstatymo 3 str. 2 d. 1 p. įtvirtintu teisėkūros tikslingumo principu, teisės aktų, o ypač įstatyminę galią turinčių teisės aktų projektai turi būti rengiami ir priimami tik kaip *ultima ratio* priemonė, t. y. kai siekiamų tikslų negalima pasiekti kitomis priemonėmis. Būtina nustatyti, ar konkrečios situacijos pažeidžia subjektų teises, ar egzistuoja kažkoks teisinio reguliavimo nepakankamumas ar kolizijos tarp galiojančiuose teisės aktuose numatyto reguliavimo. Kartu svarbu įvertinti esamos situacijos problemiško mąstą, t. y. nustatyti, ar ši situacija yra aktuali ir problema egzistuoja valstybės mastu. Kitaip tariant, būtina nustatyti, ar išryškėjus galimai problemai, jos nebūtų galima suvaldyti kitomis priemonėmis, kurios nereikalautų įstatyminio lygmens teisės aktų pakeitimo.

Nagrinėjant pareiškėjo pateiktus pasiūlymus, pirmiausiai yra svarbu įvertinti galiojančių teisinį reguliavimą bei priemonių, kuriomis šiuo metų siekiama apsaugoti vaikų ir nepilnamečių asmenų psichinę ir fizinę sveikatą nuo neigiamo poveikio reklamos ir viešosios informacijos, efektyvumą, taip pat svarbu nustatyti ne tik, ar pateikti reklamos pavyzdžiai pažeidžia įstatyminį reguliavimą, bet ir įvertinti tokia reklama galimai daromo žalingo moralinio ir fizinio poveikio vaikams bei nepilnamečiams asmenims mąstą ir galiausiai nustatyti, ar išryškėjus galimai problemai, jos nebūtų galima suvaldyti kitomis, ne teisėkūros priemonėmis.

Analogiškai Ministerija vertina ir siūlymus susijusius su kontraceptinių prekių ir kitų su lytiniu gyvenimu susijusių priemonių žymėjimu ir privalomu ženkliniu. Svarbu identifikuoti ne tik problemiško mąstą, bet ir tai ar konkretus siūlymas realiai prisidėtų prie galimos problemos sprendimo. Būtina įvertinti galimų priemonių proporcingumą, nes pateikti siūlymai galimai ne tik neišspręstų egzistuojančios probleminės situacijos, bet ir apsunkintų padėti ne tik verslo subjektams, kuriems atsirastų papildoma prekių žymėjimo administracinė našta, bet ir vartotojams, kurie ir taip dažnai susiduria su problemomis suvokti dažnai besikeičiančio prekių žymėjimo ypatybes. Verta atkreipti dėmesį ir į tai, kad Prekių ženklavimo ir kainų nurodymo taisyklės yra bendro pobūdžio teisės aktas, reguliuojantis pamatinius produktų ženklavimo aspektus, o pareiškėjo siūlymai yra susiję su konkrečiomis prekių grupėmis, už kurių ženklavimo teisinį reguliavimą yra atsakinga Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija, todėl pagal kompetenciją turėtų išreikšti poziciją dėl pareiškėjo siūlymų kontraceptinių prekių ir kitų su lytiniu gyvenimu susijusių priemonių ženkliniu.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta aukščiau, Ministerijos nuomone, šiuo metu galiojantis teisinis reglamentavimas sekso ir erotinių prekių reklamos ir kontraceptinių prekių ir kitų su lytiniu gyvenimu susijusių priemonių žymėjimu ir privalomu ženkliniu srityse yra proporcingas ir pakankamas, siekiant apsaugoti vaikų ir nepilnamečių asmenų teises ir teisėtus interesus nuo žalingos erotinio ar seksualinio pobūdžio reklamos ir viešosios informacijos sklaidimo.

Taip pat norime atkreipti Lietuvos Respublikos Vyriausybės peticijų komisijos dėmesį į tai, jog vadovaujantis Lietuvos Respublikos peticijų konstitucinio įstatymo 4 str. 2 d. „Lietuvos Respublikos Seimo Peticijų komisiją sudaro ir jos nuostatus tvirtina Seimas. Seimo Peticijų komisija nagrinėja peticijas dėl įstatymų ir kitų Seimo priimamų norminių teisės aktų“, tokiu būdu, pasiūlymai ir prašymai dėl kurių galimai reikėtų keisti galiojančią Lietuvos Respublikos reklamos įstatymo redakciją, tikėtina nepriklauso Lietuvos Respublikos Vyriausybės peticijų komisijos kompetencijai.

Rapolas Bernatoniš, tel. +370 667 81 124, el. p. Rapolas.Bernatoniš@eimin.lt