

Vilniaus universitetas
Komunikacijos fakultetas
Informacijos ir komunikacijos katedra

Laurynas Kaminskas

Ryšių su visuomene magistro studijų programos studentas

VARTOTOJŲ TEISĖS Į INFORMACIJĄ APSAUGA LIETUVOJE

Magistro darbas

Mokslinė vadovė: Doc. Dr. Marija Stonkienė

Vilnius, 2008

Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autorius

LAURYNAS KAMINSKAS

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

VARTOTOJŲ TEISĖS Į INFORMACIJĄ APSAUGA LIETUVOJE

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

THE PROTECTION OF CONSUMERS' RIGHT TO INFORMATION IN LITHUANIA

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo pavadinimas anglų kalba)

Patvirtinu, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis bakalauro/ magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas kitose aukštosiose mokyklose.

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Sutinku, kad bakalauro/ magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 metus Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto studijų procese.

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo autoriaus parašas)

Pildo bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovas

Bakalauro/ magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

(data)

(bakalauro/ magistro baigiamojo darbo vadovo parašas)

Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, reikalų tvarkytoja

Bakalauro/ magistro baigiamasis darbas įregistruotas

(instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, pavadinimas)

(data)

(instituto/ katedros reikalų tvarkytojos parašas)

Pildo instituto/ katedros, kuriojančios studijų programą, vadovas

Recenzentu skiriu

(recenzento vardas, pavardė)

(data)

(instituto/ katedros vadovo parašas)

Pildo recenzentas

Darbą recenzuoti gavau.

(data)

(recenzento parašas)

Kaminskas, Laurynas

Ka 275 Vartotojų teisės į informaciją apsauga Lietuvoje: magistro darbas / Laurynas Kaminskas; mokslinė vadovė Doc. Dr. Marija Stonkienė; Vilniaus universitetas. Komunikacijos fakultetas. Informacijos ir komunikacijos katedra. – Vilnius, 2008. – 82, [9] lap.: pried. – Mašinr. – Santr. angl. – Bibliogr.: p. 69 – 73 (55 pavad.).

UDK 009

Vartotojų teisė į informaciją, vartotojų teisių apsauga, teisės į informaciją turinys, vartotojų teisių apsauga Lietuvoje, informacinės teisės, informacinių teisių gynimas, teisės į informaciją gynimas, informacinių teisių evoliucija, teisė.

Magistro *Darbo objektas* – Vartotojų teisės į informaciją įgyvendinimas, gynimas ir apsauga Lietuvoje.

Darbo tikslas – išanalizuoti įstatyminę vartotojų teisės į informaciją bazę informacinių teisių vystymosi kontekste ir iširti vartotojų teisės į informaciją situaciją bei šios teisės įgyvendinimą, pasirenkant konkrečių produktų rūšį.

Darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti istorinį informacinių teisių vystymąsi ir kismą.
2. Atskleisti vartotojų teisės į informaciją atsiradimą.
3. Išanalizuoti vartotojų teisės į informaciją teisinį reglamentavimą Lietuvoje.
4. Atlikti informacijos pateikimo vartotojams tyrimą ir nustatyti, ar pasirinktos rūšies produktų (varškės sūrelių) gamintojai pateikia visą pagal įstatymus būtiną informaciją, ar informacija atitinka jai keliamus įstatyminius reikalavimus.

Darbo struktūra. Pirmajame skyriuje, žvelgiant iš istorinių perspektyvų, analizuojamas vartotojų informacinių teisių kontekstas, atskleidžiamas istorinis teisės į informaciją vystymasis, kismas, prisitaikymas prie tendencijų ir socialinių santykių pokyčių. Šiame skyriuje taip pat atskleidžiama teisės į informaciją samprata. Antrajame skyriuje analizuojamas informacinių vartotojų teisių turinys – kokias informacines teises turi vartotojai ir į kokio tipo informaciją, atskleidžiami išskylančios problemos ir etiniai informacinių teisių klausimai. Trečiajame skyriuje analizuojama vartotojų teisės į informaciją situacija Lietuvoje – apžvelgiami pagrindiniai įstatymai, kurie savo aprėptimi apima vartotojų teisę į informaciją. Ketvirtajame skyriuje aprašomas atliktas tyrimas, pateikiama tyrimo eiga, apibendrinami rezultatai, padedantys atskleisti praktinius teisės į informaciją įgyvendinimo ir gynimo aspektus, pasirinktos produktų rūšies (varškės sūrelių) informacijos pateikimą ant pakuočių.

Darbe atliktas informacijos pateikimo vartotojams tyrimas leido padaryti *išvadą*, jog pasirinktos rūšies produktų (varškės sūrelių) gamintojų pateikiama informacija turi trūkumų, atskleidė galimai koreguotinas sritis, iškėlė svarbių etinių klausimų, kuriems įgauti kritinę svarbą reikia didėjančios visuomenės bei gamintojų (pardavėjų) savimonės. Tyrimas taip pat parodė, jog nepaisant formalaus įstatymų laikymosi, ant pasirinktos rūšies produktų pakuočių pateikiama informacija turi spragų, kurios rodo nepakankamai atsakingą požiūrį į vartotoją. Į vartotojų teisių įgyvendinimą gamintojai žiūri aplaidžiai, informacijos pateikimo teisėtumas kelia abejonių, o kai kur akivaizdžiai pažeidžia vartotojo teisę į teisingą, neklaidinančią ir išsamią informaciją, būtiną priimti informacija paremtą sprendimą.

Magistro darbas *gali būti naudingas* teisės studentams, vartotojų teisių apsaugos tarnyboms ir institucijoms (vartotojų teisių pažeidimų prasme), mokslininkams tiriantiems informacinių teisių evoliuciją ir kaitą.

TURINYS

ĮVADAS.....	6
1. VARTOTOJŲ INFORMACINIŲ TEISIŲ KONTEKSTAS	8
<i>1.1. Teisės į informaciją samprata ir sandara</i>	<i>8</i>
<i>1.2. Vartotojų informacinių teisių raida.....</i>	<i>14</i>
1.2.1. Piliečių teisė į valdžios disponuojamą informaciją.....	15
1.2.2. Vartotojų teisės į informaciją atsiradimas.....	20
2. VARTOTOJŲ TEISĖS Į INFORMACIJĄ TURINYS	28
2.1. <i>Teisė į informaciją apie produktą</i>	<i>30</i>
2.2. <i>Teisė teisingai palyginti produktus</i>	<i>33</i>
2.3. <i>Teisė nebūti klaidinamam (teisė į teisingą informaciją).....</i>	<i>34</i>
2.4. <i>Etiniai teisės į informaciją klausimai</i>	<i>37</i>
3. VARTOTOJŲ INFORMACINIŲ TEISIŲ ĮGYVENDINIMAS LIETUVOJE.....	40
4. INFORMACIJOS PATEIKIMAS ANT VARŠKĖS SŪRELIŲ PAKUOČIŲ: TYRIMAS....	52
IŠVADOS	66
The protection of consumers' right to information in lithuania (Summary)	68
BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS.....	70
PRIEDAS NR. 1 – INFORMACIJOS, PATEIKIAMOS ANT VARŠKĖS SŪRELIŲ PAKUOČIŲ, VERTINIMO LENTELE	75
PRIEDAS NR. 2 – VARŠKĖS SŪRELIŲ NUOTRAUKOS	77

IVADAS

Temos aktualumas. Informacijos sąvoka yra labai plati, skirtingai apibrėžiama ir suvokiama skirtingų autorių jau daugybę metų. Terminas, priklausomai nuo konteksto, gali turėti net keletą skirtingų, įvairiaaspekčių reikšmių, kurios kaičiantis socialinėms, ekonominėms, technloginėms ar kitoms tendencijoms, įgauna vis naujų aspektų.

Teisės į informaciją suvokimas yra neatsiejamas nuo saviraiškos laisvės. Teisė į informaciją savyje talpina abu saviraiškos laisvės elementus: teisę turėti nuomonę ir įsitikinimus bei teisę juos reikšti.

Kalbant tiek apie vartotojų informacines teises, tiek apie pačią žmogaus teisę į informaciją, svarbu į šią teisių ir laisvių visumą žvelgti per žmogaus teisių vystymosi prizmę. Šios teisės vystėsi palaipsniui, evoliucionuodamos. Visgi, nepaisant teisės į informaciją glaudaus ryšio su pamatinėmis žmogaus teisėmis ir stipraus sąryšio su saviraiškos laisve bei pastarųjų svarbos demokratinėje visuomenėje, ne visos informacinių teisių sritys buvo reglamentuotos ir traktuojamos kaip vienodai svarbios.

Vartotojo teisė į informaciją ilgai buvo primišta nepaisant poreikio sureguliuoti santykius tarp vartotojo ir gamintojo (pardavėjo). Tik pastaruoju metu atrandami (ar akcentuojami pastebėti ir atrasti anksčiau) svarbūs vartotojų teisės į informaciją aspektai, kurie bėgant laikui yra aktualizuojami ir tampa teisės objektu. Vartotojų informacinės teisės sulaukia vis daugiau dėmesio, o jų turinys plečiasi ir reikalauja naujų požiūrio kampų, giluminės analizės.

Darbo objektas. Vartotojų teisės į informaciją įgyvendinimas, gynimas ir apsauga Lietuvoje.

Darbo dalykas. Vartotojų teisė į informaciją.

Darbo hipotezė. Nepaisant vartotojų teisę į informaciją reglamentuojančios įstatyminės bazės tobulėjimo tiek Lietuvoje, tiek pasauliniu lygiu, vartotojams pateikiama reikalinga informacija ant produktų pakuočių yra teisinga, tačiau nepakankamai išsami ir visapusiška.

Darbo tikslas – išanalizuoti įstatyminę vartotojų teisės į informaciją bazę informacinių teisių vystymosi kontekste ir iširti vartotojų teisės į informaciją situaciją bei šios teisės įgyvendinimą, pasirenkant konkrečių produktų rūšį.

Darbo uždaviniai.

1. Išanalizuoti istorinį informacinių teisių vystymąsi ir kismą.
2. Atskleisti vartotojų teisės į informaciją atsiradimą.
3. Išanalizuoti vartotojų teisės į informaciją teisinį reglamentavimą Lietuvoje.

4. Atlikti informacijos pateikimo vartotojams tyrimą ir nustatyti, ar pasirinktos rūšies produktų (varškės sūrelių) gamintojai pateikia visą pagal įstatymus būtiną informaciją, ar informacija atitinka jai keliamus įstatyminius reikalavimus.

Darbo struktūra. Pirmajame skyriuje, žvelgiant iš istorinių perspektyvų, analizuojamas vartotojų informacinių teisių kontekstas, atskleidžiamas istorinis teisės į informaciją vystymasis, kismas, prisitaikymas prie tendencijų ir socialinių santykių pokyčių. Šiame skyriuje taip pat atskleidžiama teisės į informaciją samprata, suvokimas. Antrajame skyriuje analizuojamas informacinių vartotojų teisių turinys – kokias informacines teises turi vartotojai ir į kokio tipo informaciją, atskleidžiami išskylantys probleminiai ir etiniai vartotojų informacinių teisių klausimai. Trečiajame skyriuje atliekamas tyrimas – analizuojama vartotojų teisės į informaciją situacija Lietuvoje, apžvelgiami pagrindiniai įstatymai, kurie savo aprėptimi apima vartotojų teisę į informaciją, nagrinėjamos specifinės sritys susijusios su vartotojų teise į informaciją. Ketvirtajame skyriuje pateikiama antrojo šiame darbe atlikto tyrimo eiga, apibendrinti rezultatai, padedantys atskleisti praktinius teisės į informaciją įgyvendinimo ir gynimo aspektus, nagrinėjant ant pasirinktos produktų rūšies (varškės sūrelių) pakuočių esančios informacijos pateikimą.

Darbo literatūra. Pasirinkta tema nėra plačiai naginėta ir analizuota tiek Lietuvos, tiek pasauliniu lygiu, todėl mokslinės literatūros pasirinkimas yra pakankamai siauras. Pagrindiniai informacijos šaltiniai analizuojant įstatyminę vartotojų teisės į informaciją ir kitų informacinių teisių bazę buvo tarptautiniai įstatymai ir teisės aktai, įstatymai kitose šalyse ir Lietuvoje. Taip pat nagrinėti Lietuvos (E. Jarašiūnas, T. Birmontienė, L. Meškauskaitė ir kiti) ir užsienio autorių (J. Mann, P. Thornton, W. R. Moses, N. Moore ir kiti) moksliniai straipsniai informacinių piliečių bei bendrų vartotojų teisių temomis.

Kita literatūra – daugiausiai moksliniai įstatymus nagrinėjantys interneto šaltiniai, straipsniai apie vartotojų elgseną, vartotojų teises.

Darbo testinumas. Toliau analizuojant ir tiriant vartotojų informacines teises, jų turinį, reikėtų atkreipti dėmesį į vartotojams reikalingos informacijos ant produktų pakuočių tyrimą iš vartotojų pozicijų. Būtų tikslinga atlikti tyrimą ir nustatyti, kokios informacijos vartotojai pasigenda, ar esama informacija ir jos pateikimas tenkina vartotojų lūkesčius. Taip pat reikėtų plačiau panagrinėti vartotojų elgseną. T.y. išsiaiškinti, kokia informacija ir kaip veikia vartotojų ekonominį elgesį. Dar vienas svarbus tolesnio nagrinėjimo aspektas – vizualinės informacijos apie produktą (produkto išvaizdą) pateikimo ant pakuotės ir jos atitikimo su tikruoju produkto vaizdu tendencijos ir požiūris Lietuvoje.

Šis Magistro darbas **gali būti naudingas** teisės studentams, vartotojų teisių apsaugos tarnyboms ir institucijoms (vartotojų teisių pažeidimų prasme), mokslininkams tiriantiems informacinių teisių evoliuciją ir kaitą.

1. VARTOTOJŲ INFORMACINIŲ TEISIŲ KONTEKSTAS

Kalbant apie vartotojų informacines teises, nepaprastai svarbu suvokti jų egzistavimo terpę. Vartotojas, pirmiausia, yra valstybės pilietis, visuomenės narys, todėl jo, kaip vartotojo, informacinės teisės turi stiprų sąryšį ne tik su pamatinėmis žmogaus teisėmis, bet ir su žmogaus (kaip žmogaus apskritai ir kaip piliečio) teise į informaciją. T.y. vartotojo teisė į informaciją atsirado bendrų jo kaip žmogaus informacinių teisių kontekste, kurios yra tiesiogiai susijusios ir kildinamos iš pagrindinių žmogaus teisių.

Šiame skyriuje bus analizuojamas vartotojų teisės į informaciją atsiradimas, atsiradimo sąlygos, tendencijos, teisės į informaciją kismas, vystymasis istoriniu požiūriu, kalbama apie šios teisės traktavimą ir vertinimą, supratimą ir reglamentavimą įstatymais bei tarptautiniais susitarimais, apžvelgiama situacija Lietuvoje, analizuojama galima teisės į informaciją tolesnė evoliucija. Taip pat nagrinėjama vartotojų teisės į informaciją vieta informacinių teisių visumoje, istorinė piliečio ir vartotojo informacinių teisių atskirtis.

Šiame skyriuje taip pat atskleidžiama teisės į informaciją samprata. Teisė į informaciją yra analizuojama kaip sudėtinių teisių rinkinys, apimantis daugybę individo, kaip visuomenės nario, ir pačios visuomenės gyvenimo sričių, tačiau labiau bus koncentruojamasi į asmens teisę gauti informaciją (aktyviai – pačiam jos ieškant, arba pasyviai – informacijos teikėjo iniciatyva). Trumpai aptartos asmens teisės gauti viešąją informaciją (oficialius dokumentus) iš valstybės institucijų bei susipažinti su informacija apie save, savo sveikatą, apibrėžiami teisių ribojimai. Vartotojo informacinių teisių atsiradimas kildinamas iš dvilypės piliečio teisės gauti informaciją (informacija apie valdžios veiksmus ir valdžios turima informacija apie asmenis) iš valstybės institucijų.

1.1. Teisės į informaciją samprata ir sandara

Aštuonioliktasis amžius – civilinių žmogaus teisių vystymosi laikotarpis. Devynioliktasis – politinių ir socialinių, kurios, savo ruožtu, tapo dvidešimtojo amžiaus reiškiniu [41]. Dvidešimt pirmasis amžius neretai yra vadinamas idėjų, informacijos ar žinių amžiumi. Spartus informacinių technologijų vystymasis, informacijos visuomenės idėjų sklaida, socialinis, kultūrinis ir ekonominis tobulėjimas sukūrė aplinką, kurioje informacija tapo ne vien ypatingai svarbiu ištekliumi verslo vienetams ar pamatiniu akmeniu informacijos visuomenės kūrimuisi, tačiau ir pagrindinių žmogaus laisvių ir teisių užtikrinimo pagrindu. Informacija ne tik suteikė galimybę aktyviai dalyvauti visuomenės gyvenime, bet ir įgalino pilnavertį individo kaip piliečio ir vartotojo veikimą.

Kalbant apie teisę į informaciją, svarbu apsibrėžti pačią informacijos sąvoką. Dr. Algirdo

Budrevičiaus teigimu informacija yra „viena iš pamatinių tikrovę aprašančių sąvokų“ [6]. Galima teigti, jog teisingas tikrovės suvokimas yra orientavimosi ir apskritai egzistavimo visuomeninėje aplinkoje pagrindas. Tą iš esmės jau seniai apibrėžė Claude'o E. Shannon'o informacijos teorija, teigianti, jog informacija sumažina neapibrėžtumą [49]. Disponavimas informacija suteikia galią, taigi neapibrėžtumo mažinimas yra nes kas kita kaip tam tikrų galių suteikimas. Kitaip tariant, informacija įgalina žmones veikti, ginti ir suvokti savo teises, patiems kurti informacinį turinį, tobulėti kaip visuomenės nariams, individams, sričių specialistams. Kita vertus, priėjimas prie informacijos ir galėjimas naudotis technologijomis kelia visuomenės suskaldymo grėsmę – valdantys technologijas, užima geresnę padėtį visuomenėje ir todėl yra galingesni. Šios galios troškimas ir siekis kontroliuoti informaciją skatina informacinių santykių sureguliovimą, kuris, savo ruožtu, suskirsto visuomenę į lygmenis pagal informacijos disponavimą, prieigą, kūrimą ir pan.

Informacijos sąvoka yra plati, skirtingai apibrėžiama ir suvokiama. Informacijos terminas, priklausomai nuo konteksto, gali turėti net keletą skirtingų, įvairiaspekčių reikšmių. Taigi į tai atsižvelgiant, logiška informaciją pagal jos apibrėžimus išdėstyti lygmenimis [20]: informacija kaip išteklius (požiūris į informaciją per jos kūrėjų prizmę, informacijos kaip žinių kūrimo elemento suvokimas), informacija kaip prekė (informacija kaip ekonomine prasme vertingas objektas, rinkos elementas), informacija kaip modelis (ji suvokiama plačiame kontekste, kaip įtakojama motyvų ir nepastovių aplinkos faktorių) ir informacija kaip esminė visuomenės jėga. Pastarasis informacijos lygmuo yra artimiausias teisės į informaciją kontekstui. Šiame lygmenyje informacija yra sąlygojama ne tik aplinkos, bet tuo pačiu ir pati įtakoja kitus aplinkos elementus. T.y. ji tampa ne tik modifikuojama, turinio atžvilgiu, tačiau ir įgauna kritinę reikšmę ir įtakoja konkrečias visuomenės grupes bei individus, jų egzistenciją ir veikimą visuomenėje.

Informacija, teisės į informaciją kontekste, apima visus žinių (faktų, idėjų, komercinės reklamos ir t.t.) ir žmogaus intelekto (pvz. kūrybinė veikla, nuomonės, komentarai ir t.t.) objektus [5]. Teisės į informaciją prieigos objektas yra radijas, televizija, muzika, spauda, parašytos kalbos, kiti informacijos raiškos būdai. Taigi teisė į informaciją apima ne tik informacijos turinį, bet ir priemones, suteikiančias galimybę prieiti prie turinio.

Laisvas, visuotinis keitimasis informacija, jos sklaidymas yra svarbus demokratinis veiksnys, padedantis užtikrinti nuomonių, įsitikinimų, grupinių pažiūrų bei idėjų raišką. Galimybė kiekvienam žmogui laisvai formuoti savo nuomonę ir pažiūras bei laisvai jas skleisti yra būtina sąlyga demokratijai kurti ir ją išsaugoti.

Galima teigti, jog teisės į informaciją suvokimas ir vystymasis prasideda nuo saviraiškos laisvės sąvokos. Saviraiškos laisvė žmogaus teisių deklaracijoje apibūdinama kaip teisė turėti ir reikšti nuomonę, be kliudymų ieškoti, gauti bei skleisti informaciją ir idėjas bet kuriomis priemonėmis (medijomis) be apribojimų [53]. Taigi nors pagrinde akcentuojama minčių raiškos laisvė, joje taip pat

„gimsta“ informacijos priėjimo koncepcija.

Teisė į informaciją yra glaudžiai susijusi su saviraiškos laisve. Nors teisė į informaciją išsivystė iš saviraiškos laisvės, galima teigti, kad teisė į informaciją savyje talpina abu saviraiškos laisvės elementus: teisę turėti nuomonę ir įsitikinimus bei teisę juos reikšti. Saviraiškos laisvės pagrindu galima laikyti minties ir jos formavimosi proceso laisvę.

Pagrindinė saviraiškos laisvės ir teisės į informaciją sąsaja yra ta, jog teisė į informaciją (arba informacijos laisvė) bendriausia prasme yra traktuojama kaip saviraiškos laisvė (žodžio laisvė, laisvė turėti ir reikšti įsitikinimus) bei teisė ieškoti, gauti ir skleisti informaciją bei idėjas. Kitaip tariant, teisė į informaciją turi du aspektus – teisę gauti informaciją ir teisę ją skleisti. Terminas savyje taip pat talpina teises susipažinti su institucijų turima informacija apie save, teisę būti apsaugotam nuo asmeninės informacijos neteisėto kitų asmenų skleidimo, teisę dalyvauti, valdant savo šalį (savo valios išreiškimas rinkimuose – saviraiškos laisvės dalis, galimybė reikšti savo nuomonę, įsitikinimus) ir t.t.

Galima teigti, jog informacijos laisvės bei teisės į informaciją sąvokos yra tapačios, nes savyje talpina tas pačias vertybes ir iš esmės egzistuoja visuomenės narių dalinimosi (apsikeitimo, komunikacijos) informacija kontekste. Sąvokų gretinimas atsispindi ir teisės aktuose. Šiame darbe bus vartojama „teisės į informaciją“ savoka.

Teisės į informaciją sąvoka yra labai plati, glaudžiai susieta su įvairiomis žmogaus teisėmis, apimanti daugybę gyvenimo sričių. Kalbant apie vartotojų teisę į informaciją bei jos vietą informacinių teisių visumoje, svarbu aptarti pagrindinių žmogaus informacinių teisių sandarą. Bendriausia prasme žmogaus informacinės teisės – tai teisės žinoti apie valstybės veiksmus. Kitaip tariant, tai yra informacija, gaunama iš valstybės įstaigų ir institucijų. Prof. Toma Birmontienė teigia, jog pats teisės į informaciją turinys yra kintantis ir įtakojamas nuolatinės jos aplinkos kaitos. Taigi logiška, kad tobulėjant technologiniams procesams, teisė į informaciją pasipildo naujais elementais. T. Birmontienė apibendrinama išskiria tokias teisės į informaciją segmentus [5]:

1. Teisė gauti informaciją apie įvykius, kurie yra svarbūs visuomenei iš bendrųjų informacijos šaltinių arba tiesiogiai iš informacijos perdavimo priemonių be valdžios kišimosi (iš esmės – tai piliečio teisė dalyvauti savo šalies valdyme, kurios įgyvendinimas priklauso nuo informacijos apie šalies įvykius).
2. Teisė prieiti prie privačių informacijos šaltinių be valdžios kišimosi. Privatūs šaltiniai – tai, ne valstybės kontroliuojami informacijos šaltiniai.
3. Teisė gauti bendro pobūdžio valstybės valdžios informaciją (informaciją apie valdžios veiksmus bei oficialius dokumentus).
4. Laisvė ieškoti ir gauti informaciją bet kokiais priemonėmis (teisėtomis) be cenzūros.
5. Teisė steigti valstybės institucijoms nepavaldžias naujienų (žinių) agentūras bei teisė pasirinkti, iš kurios naujienų (žinių) agentūros norima gauti informaciją.

Egidijus Jarašiūnas, teisę į informaciją nagrinėdamas per asmens ir valstybės institucijos santykio prizmę, prideda asmens teisę į informaciją apie save patį [22]. Tokia informacija yra asmeninio pobūdžio ir apima valstybės institucijose kaupiamą informaciją. Asmeninio pobūdžio informacija laikoma infomacija apie konkretų asmenį, kuri paprastai nėra viešai prieinama. Į šią sąvoką telpa ir sveikatos informacija, prie kurios priėjimas yra viena svarbiausių paciento teisių.

Teisė į informaciją iš valstybinių įstaigų ir institucijų yra dvejopa. Tai asmens teisė gauti informaciją apie save (taip pat apsaugoti kitus nuo neteisėto tokios informacijos panaudojimo) bei teisė gauti informaciją apie valstybinių institucijų veiklą, oficialius dokumentus. Kitaip tariant, valdžios įstaigos ir institucijos kaupia apie asmenis surinktą ir neasmeninio pobūdžio informaciją.

Teisė į informaciją nėra vien teisė, paremta vienpusiu informacijos prašymo iš asmens pusės ryšiu. Atviras ir skaidrus viešasis sektorius pasižymi teise gauti viešąją informaciją pačios valdžios iniciatyva. T.y. valstybės institucijos yra ne tik įpareigosotos atsakinėti į individų prašymus suteikti informaciją, tačiau ir aktyviai informuoti visuomenę apie savo veiklą. Valdžia kaupia tiek asmeninio, tiek bendrojo pobūdžio informaciją ir turi suteikti galimybes asmenims gauti surinktą informaciją. Tai yra aktyvus valdžios institucijų informacijos sklaidos aspektas. Pasyvusis pasireiškia netrukdytu įgyvendinti savo teisę į informaciją (skleisti ir gauti ją), suteikti prieigą, to pageidaujantiems.

E. Jarašiūnas išskiria pagrindinius kriterijus, kurių privalomai turi būti laikomasi, renkant ir kaupiant informaciją [22]:

- informacijos rinkimo pagrindas, rinkimo procesas, kaupimas, perdavimas ir naudojimas galimas tik įstatymo pagrindu, nustatyta tvarka ir tikslu;
- rinkimas negali paminti žmogaus konstitucinių laisvių ir teisių, o surinktos informacijos sklaida yra galima tik gavus asmens sutikimą.

Visuomenės nariai nori žinoti, ką ir kaip veikia jų išrinkti atstovai, valstybės institucijų tarnautojai. Tai ne tik noras žinoti apie valdžios veiksmus, tačiau ir galimybė išreikšti apie tai savo nuomonę. Žmonės, gaudami informaciją, gali susidaryti nuomonę apie valdžios veiksmų suderinamumą, spręsti, ar asmeninė ir išrinktų atstovų nuomonė sutampa, daryti įtaką valdžios sprendimams. Žmonių informuotumas skatina visuomenės narių pasitikėjimą valdžios atstovais, padeda užtikrinti valstybės institucijų funkcinį efektyvumą, išryškinti korupcijos atvejus ir įvertinti įstaigų bei institucijų būklę. Kitaip tariant, individai turi galimybę įgyvendinti vieną fundamentaliausių savo teisių – galimybę dalyvauti savo valstybės valdyme (dalyvauti politiniuose procesuose, bent iš dalies įtakoti politinius sprendimus). Ši teisė galioja ne tik asmenims ar jų grupėms, kurių interesus liečia valdžios atstovų sprendimai, tačiau ir visiems kitiems valstybės piliečiams.

Įstatymais asmenims yra numatoma teisė gauti informaciją, o valdžios institucijų atstovai yra įpareigojami nustatytais terminais ir forma pateikti informaciją jos prašančiajam (arba teisiškai argumentuotą atsisakymą ją pateikti). Bet koku atveju, teisė į informaciją, skirtingai nei teisė į gyvybę

(ar kitos retos neribojamos žmogaus teisės), negali būti absoliutinama ir pažeisti kitų asmenų teises, paminti demokratines vertybes. Saviraiškos laisvė gali būti ribojama įstatymo pagrindu, jei tai būtina demokratinėje visuomenėje ir teisinėms vertybėms apsaugoti (asmens garbė ir orumas, teisė į privatumą, nepilnamečių fizinė, protinė, dorovinė raida, valstybės interesai ir pan.). Informacijos pateikimo atsisakymas galimas tik tais atvejais, kai tai yra būtina demokratinėje visuomenėje arba yra svarbiau už asmens teisę gauti informaciją [22].

Demokratinėse Vakarų valstybėse asmenų teisė į valstybės institucijų turimą informaciją reglamentuoja politinės kalbos laisvės, informacijos laisvės, privataus gyvenimo įstatymai. Asmens teisė į informaciją apie save patį yra reglamentuota Lietuvos Respublikos Civiliniame kodekse bei asmens duomenų apsaugos įstatyme. Asmens teisė į su jo sveikata susijusią informaciją reglamentuojama Pacientų teisių ir žalos sveikatai atlyginimo įstatyme.

Bendrieji santykiai, susiję su asmens teise į informaciją, Lietuvoje reguliuojami daugelio įstatymų: Visuomenės informavimo, Nacionalinio radijo ir televizijos, Gyventojų registro, Valstybės paslapčių ir jų apsaugos, Operatyvinės veiklos, Teismų, Policijos, Prokuratūros, Valstybės sienos apsaugos, Muitinės, Statistikos ir kitų įstatymų [21].

Lietuvoje teisė gauti informaciją yra reglamentuojama Lietuvos Respublikos Konstitucijoje (25 straipsnyje). Pateikiamas bendras principas, jog žmogus turi teisę turėti savo įsitikinimus ir juos laisvai reikšti. 2-ojoje straipsnio dalyje numatoma, kad žmogui neturi būti kliudoma ieškoti informacijos ir idėjų, jas gauti ir skleisti. Saviraiškos laisvė ir teisė į informaciją deklaruojama be jokių apribojimų, tačiau straipsnio 3-oji dalis sako, jog laisvas įsitikinimų reiškimas, informacijos gavimas ir sklaidimas gali būti ribojamas tik dviem atvejais: įstatymiškai ir, jei tai yra būtina, norint apsaugoti kitas žmogaus teises ar ginti konstitucinę santvarką. Ketvirtasis Konstitucijos straipsnis taip pat kalba apie apribojimus. Konkrečiai – įsitikinimų ir informacijos raiškos. Informacijos raiškos laisvė yra nesuderinama su nusikalstama veikla, t.y. informacijos ir įsitikinimų raiška neturi kurstyti socialinės, rasinės ar tautinės neapykantos, prievartos, negali šmeižti ar dezinformuoti [4].

Lietuvos Respublikos konstitucijoje teisė į informaciją nėra konkrečiai apibrėžiama – ji gali apimti daugybę sričių (teisę dalyvauti valdant savo šalį, teisę į privataus gyvenimo apsaugą, teisę laisvai kurti, teisę pasirinkti darbą ar verslą ir t.t.). Konstitucijoje ši teisė nėra aiškiai įvardijama ir konkretizuojama; tiesiog pabrėžiama piliečio informacinė laisvė. Taigi galima teigti, jog teisės į informaciją reglamentavimas ir konkretus taikymas yra perduodamas kitiems įstatymams.

Lietuvoje teisė į informaciją be Konstitucijos taip pat reglamentuoja „Lietuvos Respublikos Visuomenės informavimo įstatymas“, „Lietuvos Respublikos Teisės gauti informaciją iš valstybės ir savivaldybių įstaigų įstatymas“, „Lietuvos Respublikos Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas“, „Lietuvos Respublikos Operatyvinės veiklos įstatymas“, „Lietuvos Respublikos Valstybės ir tarnybos paslapčių įstatymas“, „Lietuvos Respublikos Psichikos sveikatos priežiūros įstatymas“,

„Lietuvos Respublikos Biomedicininų tyrimų etikos įstatymas“ ir kt. Taigi teisė į informaciją apima teisę gauti informaciją apie įvykius valstybėje, susipažinti su oficialiais valstybės institucijų dokumentais, teisę susipažinti su informacija apie save, teisę susipažinti su informacija apie savo sveikatą ir t.t. Tuo pačiu teisė į informaciją apima ir informacijos sklaidos bei informavimo priemonių aspektus.

Vienas pagrindinių įstatymų, susijusių su teise į informaciją, - „Lietuvos Respublikos Teisės gauti informaciją iš valstybės ir savivaldybių įstaigų įstatymas“. Šis įstatymas reglamentuoja teisę į tą informaciją, kurios neapima kiti įstatymai. Jis reglamentuoja viešosios informacijos gavimą, taip pat informacijos apie save, kurią neautomatiškai kaupia valstybės ir savivaldybių įstaigos. Iš esmės įstatymas įgyvendina Konstitucijos nuostatą, kuri teigia, kad valdžia tarnauja žmonėms.

„Lietuvos Respublikos Visuomenės informavimo įstatymas“, nors kalba apie teisę į informaciją bendrai visiems asmenims, tačiau „informacijos gavimo požiūriu – pagrindinis šio įstatymo tikslas – garantuoti teisę į informaciją žurnalistams ir kitiems viešosios informacijos rengėjams ir platintojams...“ [5]. Taigi nors informacijos prieiga turėtų būti visiems šalies piliečiams vienoda, visgi pirmenybė yra teikiama žurnalistams. Iš vienos pusės, toks prioriteto teikimas gali būti grindžiamas visuomeniniais interesais gauti informaciją iš jos teikėjų (pvz., žurnalistų). Iš kitos pusės, visi piliečiai yra lygūs ir nei viena visuomenės grupė neturėtų būti viršesnė – valdžios atstovai turi rodyti vienodą pagarbą ir visus užklausimus vykdyti pagal įstatymus.

Be atskirų įstatymų teisės į informaciją nuostatos taip pat interpretuojamos Civilinio kodekso straipsniuose.

Apibendrinant, galima teigti, jog teisės į informaciją yra kompleksinė teisės sritis, susidedanti iš skirtingų segmentų, kuriuos sieja teisė žinoti, teisė turėti informaciją. Informacinių žmogaus teisių pagrindas – teisė gauti ir teisė skleisti informaciją. Tolesnė raida ir informacinių teisių evoliucija buvo įtakojama gausybės veiksnių, tokių kaip revoliucijos, mokslo ir technikos pažanga, demokratinių procesų vystymasis, žmogaus teisių gynimo judėjimai, sparti pramonės raida, vartotojo „statuso“ atsiradimas ir pan.

Teisė į informaciją valstybės valdymo aspektu suteikia piliečiui galimybę žinoti, kaip vyksta sprendimų priėmimo procesas, kaip skaidriai išrinkti tautos atstovai dirba bei kokią informaciją apie pilietį kaupia. Iš vienos pusės, ši teisė reiškia valstybės įstaigų „švarumą“, skaidrumą ir ataskaitingumą, būtinus kaip demokratinės kontrolės elementus. Iš kitos pusės, teisė į informaciją tampa pilietiniu elementu, užtikrinančiu kitų, svarbių piliečio teisių įgyvendinimą, pilnavertį socialinį žmogaus funkcionavimą.

Teisės į informaciją turinys yra kintantis ir nuolatos prisitaikantis prie tendencijų, yra veikiamas socialinių, technologinių procesų. Anksčiau visame pasaulyje teisė į informaciją pagrinde suvokta kaip valdžios skaidrumo užtikrinimo priemonė, dabar vis labiau įgauna kitų aspektų. T.y. piliečiai kuo

toliau, tuo labiau yra suvokiami kaip gyventojai, turintys teisę žinoti kokiomis sąlygomis dirba ir ką dėl jų daro valdžia, kokių priemonių imasi, saugodama aplinką, bei kaip vartotojai, norintys turėti informaciją apie prekių ir paslaugų saugumą, turinį, standartus. Tai rodo visuomenės tobulėjimą, savimonę ir teisinių normų suvokimo evoliuciją.

1.2. Vartotojų informacinių teisių raida

Liudvikos Meškauskaitės teigimu „visuomeniniams santykiams visuomenės informavimo srityje būdinga tai, kad jie atsiranda visuomenėje greičiau nei juos reguliuojančios teisės normos“ [42]. Tai iš esmės yra logiška, nes teisės šakai, kaip teisės normų, idėjų ir visuomeninių santykių sistemos, atsirasti yra būtinas šių visuomeninių santykių objektų egzistavimas. Nors internetas ir žmonių komunikacija jame yra pakankamai plačiai išnagrinėta tema bei senokai egzistuojantis reiškinys, tik 2003-aisiais metais Lietuvoje suskubta priimti tarp šios terpės subjektų egzistuojančius santykius reguliuojanti nutarimą [26]. Panaši situacija buvo ir su Reklamos įstatymu, kuris priimtas tik 2001-aisiais metais, nors reklamos verslas ir patys srities santykiai iki to laiko gyvavo jau senokai. Taigi vartotojų informacinės teisės taip pat turėjo pereiti „bandomąjį laikotarpį“, kol tapo neatskiriama žmogaus ir piliečio teisių dalimi. Kaip ir bet kuriai teisių grupei, vartotojų informacinėms teisėms taip pat reikėjo postūmio ir poreikio būti reglamentuotoms.

Profesoriaus Alfonso Vaišvilos teigimu, savarankiškai teisės šakai atsirasti reikalingas atitinkamas visuomeninių santykių savitumo laipsnio buvimas, jų socialinė reikšmė visuomenėje, situacija, kai esamos teisinės normos šių santykių nereguliuoja, tačiau santykių grupė turi turėti specialų teisinio reguliavimo metodą [54]. Kitaip tariant, teisinį reguliavimą įtakoja objekto padėtis visuomenėje, teminis eskalavimas, kultūrinės, socialinės ir kitos tendencijos, būtinybė sureguliuoti santykius.

Kalbant tiek apie vartotojų informacines teises, tiek apie pačią žmogaus teisę į informaciją, svarbu į šias teisių ir laisvių visumas žvelgti per žmogaus teisių vystymosi prizmę. Teisė į informaciją – pilietinė asmens teisė. Ji reiškia, kad informacija pasinaudoti gali ne keletas asmenų kaip privilegija, o ji turi būti prieinama plačiajai visuomenei. Laisvas ir netrukdomas keitimasis informacija, jos skleidimas, komunikavimas yra ir buvo vienas svarbiausių demokratinių procesų užtikrinimo elementų.

Informacinių teisių istorija prasidėjo teisės į prieigą prie valdžios disponuojamų dokumentų atsiradimu. Tai buvo demokratijos vystymosi išdava, nes demokratija garantuoja lygias teises ir teisę dalyvauti savo šalies valdyme. Pradžioje piliečių teisė į informaciją buvo suvokiama pakankamai siaurame kontekste – kaip teisė prieiti prie dokumentų, kurie yra sukuriami valdžios institucijose. Laikui bėgant, šios institucijos kaupdavo ne tik informaciją, būtiną efektyviam šalies funkcionavimui

ir politinių, ekonominių ir socialinių procesų užtikrinimui, tačiau ir informaciją, susijusią su saugumu, demokratijos išsaugojimu, vidaus tvarkos palaikymu. Taigi imta kaupti informaciją apie šalies piliečius, jų veiklą. Atsirado naturalūs poreikiai žinoti, kokia tai informacija ir kokiais būdais ji yra panaudojama. Piliečiai įgijo teisę žinoti apie valstybės kaupiamą ir disponuojamą informaciją apie juos pačius.

Teisė į viešąją informaciją – vienas svarbiausių skaidrią viešojo sektoriaus veiklą skatinančių elementų. Teisė į viešąją informaciją yra teisė kiekvienam pagal poreikį (prašymą) gauti informaciją iš valstybinių įstaigų. Informacija žmonėms reikalinga prasmingam, pilnaverčiam ir normaliam jų egzistavimui užtikrinti. Valstybės institucijos turi suteikti šias sąlygas, nes, kaip teigia Egidijus Jarašiūnas, valdžios materija yra prasminga tiek, kiek užtikrina žmogaus erdvės egzistavimą [22].

Vis labiau suvokiant informacijos visuomenės svarbą, o piliečiams tampant socialiai bei politiškai sąmoningesniais, imta kalbėti apie žmogų, kaip apie rinkos dalyvį, vartotoją. Jis įgijo naujų informacinių teisių, kurias valstybė tik užtikrino, o pačią informaciją turėjo teikti paslaugų ir prekių pardavėjai. Imta suvokti, kad pilietis ne tik turi tobulėti kaip visuomenės narys ir sugebėti priimti sprendimus, susijusius su tautos valios išreiškimu, tačiau ir funkcionuoti kaip individas, kurio ekonominiams sprendimams taip pat būtina informacija.

Šiame skyriuje vartotojų teisės į informaciją yra nagrinėjamos, analizuojant informacinių teisių istoriją ir tendencijas, nagrinėjant svarbius įvykius bei dokumentus, įtakojučius informacinių teisių sistemos kismą ir suvokimą. Į vartotojų informacines teises žvelgiama kaip į teisių visumą, išsišakojusią iš žmogaus informacinių teisių. Konkrečiu atveju, nagrinėjant žmogaus kaip vartotojo, teises, teisė į informaciją iš valstybinių įstaigų ir institucijų yra artimiausia vartotojų informacinėms teisėms – tiek pagal raidą, tiek pagal teisių turinį.

1.2.1. Piliečių teisė į valdžios disponuojamą informaciją

Istoriškai Skandinavijos šalys buvo vienos pirmųjų, suvokusių teisės į informaciją svarbą. Norvegijoje pirmosios teisės į informaciją užuomazgos pasirodė dar 1845 metais, tačiau Norvegijos Parlamentas Informacijos laisvės įstatymą (angl. „Freedom of Information Act“) priėmė tik 1970 m. Šis įstatymas koncentravosi būtent į viešosios administracijos dokumentus, t.y. reglamentavo priėjimą prie valstybės administracijos dokumentų [1]. Taigi galima teigti, kad informacinės žmogaus teisės prasidėjo nuo teisės žinoti, ką ir kaip veikia tautos išrinkti atstovai. Kitaip tariant – dalyvauti savo šalies valdyme. Toks informacijos teisės vystymasis buvo logiškas veiksnys, paraleliškas demokratijos kaip bendrumo sprendimų priėmimo procese, vystymuisi. Demokratija visuomenės nariams suteikė galią valdyti savo šalį per išrinktus atstovus, reikšti savo valią. Galios išraiška ir kontrolės pagrindu tapo informacija apie išrinktų atstovų veiksmus.

Švedijoje 1766 metais priimtas Spaudos įstatymas (angl. „The Freedom of the Press Act“). To meto Švedija buvo skurdi, ekonominiu ir nacionaliniu požiūriu bankrutuojanti šalis. Pagrindinės piliečių teisės ir laisvės nebuvo tinkamai įgyvendinamos. Taigi įstatymo liberalumas buvo stebinantis, o tarptautiniu lygiu įstatymas laikomas vieninteliu ir pirmuoju tokio tipo to meto dokumentu. Vienos pagrindinių nuostatų, įtvirtintų įstatymu, buvo nustačiusios teisę piliečiams prieiti prie valdžios dokumentų. Šis viešumo principas reiškė, jog visi viešosios institucijos (vietos, vyriausybės ar viešosios įstaigos) gaunami ir kuriami dokumentai turi būti prieinami visuomenės nariams. Tuo pačiu institucijos yra įpareigojamos aktyviai stengtis suteikti informaciją jos prašantiems kaip įmanoma skubiau [17]. Logiška, jog buvo susietos spaudos laisvė ir piliečių teisė į prieigą prie valdžios informacijos – juk norint formuoti ir turėti savo nuomonę bei ją reikšti, reikalinga relevanti valdžios įstaigų turima informacija.

Šis dokumentas atsirado 13 metų prieš Prancūzijos revoliuciją ir buvo įkvėptas Kinijos pavyzdžio, kur imperatoriai „pripažindami savo klaidas parodydavo savo meilę tiesai“ [3]. Taigi toks informacinių teisių vystymasis buvo ne tik demokratinių procesų tobulėjimo rezultatas, tačiau ir didėjantis visuomenės suvokimas apie informacijos suteikiamas galias, informacijos būtinybę.

Vienas svarbiausių ir fundamentalių žmogaus teisių dokumentų, kuriame buvo deklaruota žmogaus teisė į informaciją buvo 1789 metų Žmogaus ir piliečio teisių deklaracija. Iš esmės teisė į informaciją teisinės doktrinos yra kildinama būtent iš šio dokumento. Deklaracijoje ši teisė apibūdinama taip: „Visuomenė turi teisę reikalauti iš viešųjų pareigūnų ataskaitos už jų darbą“. Jame taip pat kalbama apie saviraiškos laisvę: „Nevaržoma idėjų ir nuomonių komunikacija yra viena svarbiausių žmogaus teisių. Kiekvienas pilietis gali kalbėti, rašyti ir spausdinti laisvai...“ [3]. Taigi galima teigti, jog teisė į informaciją Deklaracijoje reglamentuota pakankamai fragmentiškai. Kalbama ne apie tiesioginę piliečių teisę į informaciją ar tos informacijos identifikavimą, o daugiau apie piliečio dalyvavimą tautos valios vykdyme (šalies valdyme). Visgi tuo metu tai buvo didelis lūžis žmogaus teisių srityje. Deklaracija pasyviai įpareigojo valdžios atstovus kaupti informaciją apie savo veiksmus, o prareikš, ją pateikti jos prašantiems. Kuo toliau, tuo labiau imta suvokti žmogaus teisę į kito tipo informaciją. Tiksliau, ta informacija nebuvo apibrėžta – akcentuota pati teisė ieškoti jos ir ją gauti.

Naujas skaičiavimo technikos raidos etapas prasidėjo sukūrus pirmąją elektroninę skaičiavimo mašiną. Visgi, pati skaičiavimo mašinų raida galingą impulsą gavo iš esmės prasidėjus Antrajam pasauliniam karui. Kompiuterių tobulėjimas keitė informacijos laikmenų, perdavimo technologijų suvokimą. Taigi keitėsi ir informacijos formos bei prieigos supratimas.

Tomos Birmontienės teigimu, po Antrojo pasaulinio karo teisė į informaciją, kartu su kitomis pagrindinėmis žmogaus teisėmis, įgijo tarptautinį pripažinimą [5]. 1948 metais teisė į informaciją deklaruota Jungtinių Tautų Organizacijos Visuotinėje Žmogaus Teisių Deklaracijoje („...be kliudymų ieškoti, gauti bei skleisti informaciją ir idėjas bet kuriomis priemonėmis (medijomis) be apribojimų“

[53]) ir 1950 metų Europos žmogaus teisių konvencijoje („...be viešosios valdžios kliudymų ir aprobėjimų gauti bei skleisti informaciją ir idėjas“ [51]). 1966 metais priimtame (įsigaliojęs 1976 m.) Jungtinių Tautų Organizacijos Tarptautiniame pilietinių ir politinių teisių pakte iš esmės yra toks pat apibrėžimas, tik labiau apimantis informacijos sklaidos priemonės (žodis, raštas, spauda, meninės išraiškos formos) bei teisės apribojimus.

JAV 1966 m. priėmus Informacijos laisvės įstatymą (angl. „Freedom of Information Act“), visuomenei tapo prieinami federalinių valstybės institucijų dokumentai. Aktas teigė, jog bet kuris individas paprašęs galėjo gauti dokumentą, bylą ar kitą įrašą, turimą bet kurios federalinės valdžios įstaigos. Šis įstatymas taip pat nustatė griežtas procedūras ir kriterijus, pagal kuriuos tam tikri dokumentai yra priskiriami valstybinių paslapčių kategorijai ir visuomenei nėra prieinami. Baltųjų rūmų užkulisiuose buvo šnekama, kad Prezidentas Lyndon'as Johnson'as labai nenorėjo šiuo įstatymu suteikti tiek daug „galios“ žurnalistams. Prezidentas prie įstatymo, jį pasirašinėdamas, pridėjo savo teiginį, jog „demokratija veikia efektyviausiai, kai žmonės turi visą informaciją, kurią šalies saugumas jiems leidžia žinoti“. Šis jo teiginys pakeitė iki tol planuotą įrašyti „demokratija veikia efektyviausiai, kai žmonės žino, ką valdžia daro“. Toks nusistatymas parodė ne tik to meto žmogaus ir piliečio teisių padėtį, bet ir valdžios nenorą keisti esamą tvarką. Įstatymas turėjo trūkumų – nebuvo nurodytas minimalus įstaigos reakcijos laikas, atsakomybė įstaigai, nevykdant įsipareigojimų ir mokestis už paslaugas [16]. Akivaizdu, jog, jei šalies vyriausybė nesugeba užtikrinti pagrindinių ekonominių šalies gyventojų poreikių, politinis nestabilumas yra neišvengiamas. Tuo tarpu, kalbant apie informacines žmogaus teises ir informacinius jo poreikius, nepaisant akivaizdžios žmogaus teisių evoliucijos, teisė į informaciją negalėjo akimirksniu tapti savaimė suvokiamu dalyku. Tuo labiau informacinės vartotojų teisės. Juk iš esmės piliečio teisės gauti informaciją apie valstybės veiklos dokumentus ir dokumentus apie save yra aktyvios teisės jų turėtojo atžvilgiu. T.y. pilietis pats turi kreiptis, kad gautų tokią informaciją. Tuo tarpu informacinės vartotojų teisės yra iš dalies pasyvios, kadangi valstybė turi užtikrinti, kad vartotojai gautų jiems būtiną informaciją – ji šiame procese yra tarpininkė, nustatanti tvarką ir ją reglamentuojančius įstatymus. Vartotojui turėtų būti sukuriama riba, iki kurios tam tikra informacija yra paprasčiausiai būtina ir jos papildomai ieškoti nereikėtų.

1974 m. JAV taip pat priimtas Privačios informacijos įstatymas (angl. „The Privacy Act“) [52], kuriuo remdamasis kiekvienas asmuo, pateikęs prašymą galėjo gauti ir peržiūrėti informaciją apie save patį, jei ta informacija disponuoja federalinės valdžios institucijos. Terminas „informacija apie save“ šiame įstatyme reiškė ne bet kokią informaciją (pvz., turimą teismų, nevalstybinių įstaigų), o tik tą, kuri buvo kaupiama valstybės įstaigų. Šis įstatymas taip pat apėmė tokias sritis kaip įrašų kaupimo, tvarkymo, teikimo pagal prašymą tvarka. Taigi 1974 m. įstatymas kalbėjo apie informaciją apie asmenį (JAV pilietį arba teisėtai nuolatos gyvenantį JAV asmenį), o 1966 m. Informacijos laisvės įstatymas reglamentavo prieigą prie visos valdžios įstaigų turimos oficialios informacijos.

Po truputį plačiu mastu ima atsirasti nauja informacinė piliečio teisė – žinoti, kokie duomenys yra kaupiami apie jį, kokiais tikslais panaudojami ir tvarkomi. Šią teisę jis gali įgyvendinti pateikdami užklausas duomenų valdytojui.

Pasak dr. Aurelijaus Gutausko valstybės ir savivaldybių institucijos yra įpareigosotos teikti „viešąją informaciją apie valstybės ir savivaldybių įstaigų veiklą įskaitant ir veiklą vidaus administravimo srityje, privačią informaciją apie save, t.y. privačią informaciją apie asmenį, kuris kreipėsi tokios informacijos gavimo reikalu ir oficialius dokumentus“ [18].

Kyla klausimas, kuo turi pasižymėti informacija, kad asmuo įgytų teisę į prieigą prie jos. Egidijus Jarašiūnas mėgina į šį klausimą atsakyti iš kitos pusės, t.y. su kokia informacija susipažinti asmenims nėra draudžiama. Tai „yra bet kokios žinios, su kuriomis susipažinti netaikomi, remiantis Konstitucijoje numatytais pagrindais, ir įstatymo nustatyti ribojimai“ [22]. Taigi asmens teisė į informaciją apie jį patį įgyvendinama, suteikiant galimybę prieiti prie bet kokios informacijos, tačiau ši teisė nėra absoliuti, todėl asmeninės informacijos suteikimo ribomis tampa įstatymai.

Asmuo taip pat turi teisę gauti asmeninio pobūdžio informaciją, susijusią su savo sveikata. Tai yra teisė į informaciją apie žmogaus sveikatos būklę, gydymą ir tuo pačiu į garantiją, jog tokia informacija nebus atskleista be asmens sutikimo [18].

Teisės į informaciją apie valstybės įstaigų darbą ir informaciją apie save sąlygoja naujų žmogaus informacinių teisių atsiradimą. Pilietis imamas traktuoti kaip vartotojas, kuriam taip pat būtina informacija apie prekes ir paslaugas. Šioje vietoje valstybė tampa ne aktyviu informacijos teikėju, bet tarpininku, užtikrinančiu, kad komercinės veiklos subjektai teiktų vartotojams būtiną informaciją. Teisė į informaciją apie save – dar vienas žingsnis vartotojų teisės į informaciją atsiradimo link.

Prancūzijoje 1978 m. priimtas Duomenų apsaugos įstatymas (angl. „Data Protection Law“) [10], pagal kurį bet kuris asmuo (ne tik Prancūzijos pilietis), tame tarpe ir juridinis, turi teisę gauti valdžios administracijos dokumentus. Prancūzija buvo pirmoji Europos Sąjungos narė, priėmusi tokį įstatymą. 1979 m. įstatymas pataisytas (papildytas). Naujoji pataisa suteikė kiekvienam teisę gauti dokumentus, kuriuose jis yra paminėtas, nesuteikiant išimčių komercinėms, medicinos ar pramoninėms paslaptims.

Lietuva prisijungė prie tarptautinės bendruomenės tik 1996 metais, kartu Islandija ir Pietų Korėja, priimdama informacijos laisvės įstatymą [3].

Šiuo metu Švedijoje galioja Spaudos laisvės įstatymas, priimtas dar 1949 metais. Jis pagrįdė koncentruojasi į spaudos laisvę (teisę skleisti informaciją), tačiau jame taip pat plačiai reglamentuojamas viešųjų dokumentų prieinamumas piliečiams. Valdžios institucijos turi laikyti visų oficialių dokumentų registrą. Panašaus tipo įstatymai Švedijos pavyzdžiu buvo priimti Suomijoje (1951 m.) ir Danijoje (1977 m.). Šiuo metu mėginama šiuos registrus padaryti prieinamus elektroniniu formatu.

Registrų perkėlimas į virtualųjį lygmenį dar kartą patvirtina faktą, kad keičiantis visuomenės ar

jos grupių santykiams, turi keistis (modifikuotis ar adaptuotis) ir šiuos santykius reglamentuojančios normos. Taigi keičiantis registrų materialiajai formai, neabejotinai atsiras naujas teisinis jų traktavimas.

2000 metų pabaigoje Europos Sąjungos Pagrindinių teisių chartijos, kuri atspindėjo Europos Sąjungos politikos principus žmogaus teisių srityje, priėmimas buvo reikšmingas, nors šis dokumentas buvo neprivalomas vykdyti. Ji apima daug žmogaus teisių grupių, tarp jų – ir teisę į informaciją. Pastaroji čia išskaidyta į teisę į duomenų apsaugą (asmens teisė susipažinti su kaupiama informacija apie jį), teisę į informaciją, susijusią su byla (vėl informacija apie asmenį), teisę gauti oficialius Europos Parlamento, Tarybos ir Komisijos dokumentus (informacija apie institucijų veiklą). Taip pat apimta ir saviraiškos laisvė, pagarba žiniasklaidos laisvei. Viena iš specialiųjų chartijos nuostatų – teisė susipažinti su aplinkosaugos informacija. Chartija iš esmės tapo pavyzdiniu dokumentu, rodančiu gaires teisės į informaciją reglamentavimui šalių įstatymuose Europos Sąjungoje. Teisė į aplinkosaugos informaciją buvo iš esmės nauja kryptis informacinių teisių kontekste. Kita vertus, ji neatsiejama nuo teisės valdyti savo šalį (žinoti apie priimamus sprendimus ir juos įtakoti). Tuo pačiu tai yra žmogaus kaip varotojo (aplinkos vartotojo) įtraukimas.

Teisinis teisės į valstybės institucijų disponuojamą informaciją reguliavimas buvo daugelio demokratiškos valstybių suvoktas kaip būtinumas užtikrinti šią svarbią žmogaus teisę. Nors teisė į informaciją yra pažymėta daugybėje šalių konstitucijų, nemažai valstybių buvo ir yra priėmusios atskirus specialius, šią teisę reglamentuojančius įstatymus. Ši teisė taip pat apibrėžiama daugelyje tarptautinių mastu priimtų dokumentų.

Prieš maždaug dvidešimt metų tik dešimt šalių turėjo įstatymus, specifiskai reglamentuojančius prieigą prie valdžios informacijos. Nuo to laiko net 56 šalys priėmė informacijos laisvės įstatymus. 2005 metais jų skaičius pasiekė 66. Tokia sparti administracinių įstatymų banga rodo inovatyvų politikos vystymąsi [3].

Nuo pat ankstyvųjų mėginimų reglamentuoti teisę į informaciją, jos turinys iš esmės nesikeitė. Svarbiausiomis vertybėmis išliko valstybės institucijų skaidrumas, kokybiškas jos santykis su žmogumi, ataskaitingumas. Keitėsi informacijos perdavimo priemonės, tačiau teisė sėkmingai prisitaikė, transformavosi. Visuomenė ne tik turi prisitaikyti prie šių pokyčių, tačiau ir priimti bei pritaikyti savo poreikiams šių pokyčių iššaukiamą naudą. Vadinasi, įstatymai keičiasi ne tik kintant socialinei, ekonominei ar politinei terpei, tačiau jie yra adaptuojami ir prisitaikant prie technologinių realijų bei visuomenės narių poreikių. Atsiradus naujiems informacijos kaupimo, laikymo būdams, kito tik informacijos perdavimo forma, tačiau pats jos perdavimas išliko. Naujai priimami įstatymai ar jų pataisos prisitaiko prie tendencijų ir esamų poreikių visuomenėje, tačiau išlieka pamatiniai principai, apibrėžti Žmogaus ir piliečio teisių deklaracijoje, teigiantys, kad valdžia tarnauja žmogui ir ji turi jam atsiskaityti už savo darbą.

Viena pagrindinių teisės į informaciją teisinio reglamentavimo problemų – įstatyminio

padengimo aprėptis. T.y. idealiu atveju įstatymas, suteikiantis piliečiams prieigą prie informacijos, kuria disponuoja valdžios institucijos, apimtų visas įstaigas, kurios gauna viešąsias lėšas. Į šį sąrašą patektų visos valstybinių institucijų šakinės įstaigos, autonominės įstaigos, nesiekiančios pelno organizacijos, individai, fondai ir pan. Visuomenės „peržiūrai“ atviros taip pat turėtų būti sritys, tiesiogiai susijusios su piliečių interesais (pvz., privačios ligoninės, mokyklos, įkalinimo įstaigos ir pan.), nepaisant ar tos sritys gauna vyriausybės finansavimą. Žinoma, toks platus ir gilus padengimas yra retai pasitaikantis. Įstatymai paprastai neapima valstybei priklausančių korporacijų ar fondų. Paprastai įstatymo ribos pasibaigia ties vieša informacija, turima valdžios. Visgi, pavyzdžiui, Pietų Afrikos Respublikos Konstitucija suteikia teisę į „bet kokią informaciją, turimą valstybės ir bet kokią informaciją, turimą kito asmens, kuri yra reikalinga įgyvendinti ar apsaugoti bet kokias teises“ [3]. Taigi toks teiginys iš esmės praplečia teisinės ribas ir įpareigoja privačias įmones ir nesiekiančias pelno organizacijas laikytis skaidrumo politikos.

Teiginį „įgyvendinti ar apsaugoti bet kokias teises“ iš esmės įgyvendina vartotojų apsaugos įstatymai, kurie įpareigoja vartotojams svarbios ir būtinos informacijos turėtojus ją teikti, siekiant suteikti vartotojams galimybes priimti informacija paremtus sprendimus. Jei, kalbant apie valdžios disponuojamą informaciją, jos pateikimą riboja padengimo aprėptis ir informacijos slaptumo (ar viešumo) faktorius, tai vartotojų teisė į informaciją yra ribojama informacijos pobūdžio (kiek ir kokios informacijos reikia vartotojams, kad jų teisės būtų įgyvendintos, o sprendimai, kuriuos jie priimtų būtų racionalūs ir grindžiami objektyvia informacija).

1.2.2. Vartotojų teisės į informaciją atsiradimas

Vartotojų teisių apsaugą paprastai reglamentuoja įvairūs vartotojų teisių gynimo įstatymai, kurie akcentuoja vartotojo teisę gauti išsamią informaciją apie prekes ir paslaugas, savo apsisprendimu ir nuožiūra įsigyti prekes bei paslaugas, dalyvauti visuomeninių vartotojų organizacijų veikloje, gauti informaciją apie saugius bei nesaugius produktus ir pan. Galima teigti, jog vartotojų teisė į informaciją yra dvejojo pobūdžio. T.y. teisė žinoti apie prekes ir paslaugas ir teisė būti apsaugotam nuo klaidinančios reklamos ir nesąžiningos prekybos. Teisė žinoti apie prekes ir paslaugas užtikrinama valstybei nustatant standartus gamintojams (bendruosius ir specialiuosius), šviečiant vartotojus. Teisė į apsaugą įgyvendinama, nubrėžiant ribas gamintojams, tiekėjams, reklamos kūrėjams ir transliuotojams.

Nuo pat Prancūzijos revoliucijos pasaulinėje teisėje buvo koncentruojamasi į žmogaus, piliečio, bendruomenės nario teises. Toks prioritetų paskirstymas buvo logiškas. Kuriantis teisinėms bazėms ir vystantis žmogaus teisių suvokimui, svarbiausiu klausimu tapo pagrindinių žmogaus teisių įtvirtinimas, saugojimas ir gynimas. Galima teigti, jog iki dvidešimtojo amžiaus vidurio vartotojų

teisės (kalbant apie jų santykį su produktais ir jų tiekėjais) buvo gerokai apribotos. Vartotojai nežinojo, kaip ginti savo teises, gavus pažeistą, sugadintą produktą, kaip elgtis apgautiems reklamos ir pan.

Net ir žvelgiant į teisės į informaciją termino reikšmę bendriau, paprastai pabrėžiama saviraiškos laisvė, teisė į viešosios informacijos prieigą, tačiau primirštama individų, kaip prekių ir paslaugų vartotojų teisė gauti jiems reikalingą (o kartais būtiną) informaciją. Kalbant apie individą, būtina išskirti jį ir kaip vartotoją – ne tik kaip pilietį. Taigi prie minėtų teisės į informaciją sričių taip pat reikia pridėti vartotojo teisę į informaciją, būtiną atlikti racionalų sprendimą, pasirinkti, žinoti apie prekes ir paslaugas.

Stadija, kai visi turėjome galimybes apdoroti visą informaciją, kuri buvo mums naudinga ir reikalinga efektyviam funkcionavimui visuomenėje, jau seniai pasibaigė. Individai nebeturi laiko susirasti visos juos dominančios informacijos. O net jei ir galėtų ją visą surasti, neturėtų pakankamai laiko perskaityti, pamatyti ir suvokti. Visgi, laiko išteklių trūkumas nėra pagrindinė problema. Tik keletas žmonių turi įgūdžius ar bazines (kontekstines) žinias apie objektą, reikalingas analizuoti ir interpretuoti prieinamą informaciją [43].

Išsami, vartotojui reikalinga informacija – tai informacija apie produkto kainą, kokybę, vartojimo būdus, saugumą, kokybės garantijos terminus. Norint sėkmingai ginti vartotojų teises, būtinas kokybės etalonų, bendrųjų ir specialiųjų standartų nustatymas, numatantis rėmus rinkoje esantiems gaminiams.

Galima teigti, jog vartotojų teisių į informaciją istorija prasidėjo apie 1950 metus, kai prasidėjo judėjimas, pavadintas „konsumerizmu“, nukreiptas prieš defektuotus produktus ir vartotojų teisių pažeidimus. Juo siekta kokybiškesnio vartotojų teisių gynimo, apsaugos nuo nesąžiningos prekybos, apgaulingos reklamos ir pan. [45]. Taigi „vartotojo“ sąvoka po truputį tampa nepaneigiamu statusu, savyje talpinančiu specifines piliečio teises.

1954 metais Indijoje priimtas Apsaugos nuo maisto falsifikavimo įstatymas (angl. „Prevention of Food Adulteration Act“) taip pat palietė teisės į informaciją sritį. Jis teigė, jog vartotojai turi teisę būti informuoti, ar maisto gaminytis yra skirtas vegetarams, ar ne [9]. Šis įstatymas nebuvo reikšmingas tarptautinei bendruomenei, nes buvo orientuotas į indų visuomenę ir jos poreikius, kultūrinius žmonių ypatumus. Visgi, jo priėmimas rodo, kad keičiantis ne vien tendencijoms, tačiau ir žmonių sąmoningumui, įstatyminė bazė yra lanksčiai pritaikoma piliečių poreikiams. Įstatymas lietė specifinę sritį, tačiau jis jau įpareigojo produktų gamintojus teikti informaciją – suteikė jiems informacijos teikėjo statusą. Tuo tarpu vartotojai suvokti kaip svarbūs šios informacijos sklaidos dalyviai, teisių turėtojai.

Tarptautinis konsumerizmo judėjimas pasiekė apogėjų daugelyje šalių septintojo dešimtmečio pabaigoje ir aštuntojo dešimtmečio pradžioje. Tai buvom periodas, kai įvairiapusiai konsumerizmo judėjimo elementai iš esmės buvo suvienyti vieno nenugalimo tikslo – užtikrinti, kad vartotojai rinkoje

būtų traktuojami rimtai, o su jais būtų elgiamasi sąžiningai. Supykdyti verslo organizacijų veiksmų ir nusivylę bendra valdžios įstaigų veikla (arba neveiklumu), konsumeristai, nors savo kilme ir pažiūromis priskiriami viduriniajai klasei, darėsi vis labiau aktyvūs. Konsumeristų grupės JAV, Jungtinėje Karalystėje ir Japonijoje išėjo į gatves protestuoti prieš mažmenininkus ir gamybos įmones.

Siekdami adekvačios vartotojų apsaugos rinkoje, konsumeristai matė du galimus problemų sprendimo variantus – suteikti galimybes vartotojams kovoti už savo teises individualiu lygmeniu ir vystyti vartotojų teises, sukuriant įstatyminę bazę. Atsirado dvi strateginės sritys:

- Vartotojų informavimas ir mokymas;
- Pagrindinių vartotojų teisių reglamentavimas įstatymais [40].

Taigi vartotojai „gavo“ dvejopas informacines teises – teisę į vartotojišką informaciją (informaciją apie produktus) ir teisę į vartotojišką švietimą (informacija apie teises, saugumą, teisių apsaugą).

1962 metais JAV Prezidentas John'as F. Kennedy savo kalboje Kongresui išskyrė keturias pagrindines vartotojo teises, kurių viena buvo teisė į informaciją. Vėliau šių teisių visuma tapo Vartotojų Teisių Biliu (angl. „The Consumer Bill of Rights“). Šiame Bilyje teisė į informaciją reiškė, jog verslo atstovai turi suteikti vartotojams pakankamą ir tinkamą informaciją, kuria remdamiesi pastarieji galėtų atlikti protingus ir informacija paremtus sprendimus. Informacija apie prekes ir paslaugas turi būti pilna ir teisinga [7]. Pradėta suvokti, kad į informaciją teisę žmonės turi ne tik kaip visuomenės nariai, bet ir kaip vartotojai (nors vartotojas automatiškai jau yra visuomenės narys, tačiau siaurąja prasme jis yra rinkos dalyvis, parduodamų produktų ir paslaugų gavėjas). Žmonės turi žinoti, iš ko susideda jų vartojamas maistas, kiek elektros sunaudoja buitiniai prietaisai, koks automobilio kuro suvartojimas ir pan. Paprastai tokios informacijos kaip privalumų, galinčių nukonkuruoti kitų rinkos dalyvių tokias pačias prekes, pateikimas rūpi pačioms kompanijoms, gaminančioms prekes ar teikiančioms paslaugas. Informacijos pateikimas dažniausiai būna standartizuotas, sukurtas taip, kad būtų nesudėtinga daryti produktų palyginimus, testus.

Imama suvokti sprendimo priėmimo objektyvumo svarba. Vartotojas neprivalo vadovautis vien reklaminiais teiginiais, kuriais siekiama parduoti prekę ar paslaugą, atvirkščiai, verslo sektorius yra įpareigojamas suteikti tikrą ir neiškraipytą informaciją, kurios, galbūt, reklamose nebuvo. Taip iš esmės atsirado poreikis reklamą reglamentuojantiems įstatymams, kurie nustatytų taisykles, gaires, skirtas reklamos skleidėjams (prekių ir paslaugų pardavėjams).

1986 metais Indijoje priimtas Vartotojų apsaugos įstatymas (angl. „The Consumer Protection Act“). Nors šis įstatymas pagrinde koncentravosi į vartotojų tarybų ir kitų vartotojų ginčų sprendimo institucijų veiklą, juo taip pat siekta apsaugoti vartotojų teises būti informuotiems apie prekių ir paslaugų kokybę, kiekybę, galią (pajėgumą), standartus ir kainą bei būti apsaugotiems nuo nesąžiningos prekybos atvejų. Įstatymas įgalino vartotojus pačius ieškoti informacijos apie produktus.

2005 metais priimtas Teisės į informaciją įstatymas (angl. „Right to Information Act“), kuris perėmė „kelrodžio vartotojams“ funkcijas iš 1986 m. Vartotojų apsaugos įstatymo.

Iš esmės vartotojų teisė į informaciją apie produktus reiškia jų teisę žinoti savo saugumo laipsnį, vartojant šiuos produktus. Į rinką patenkantiems gaminiams ir paslaugoms yra nustatomi bendrieji ir specialieji reikalavimai. Už produktų saugumą yra atsakingi jų gamintojai, platintojai ir pardavėjai (tais atvejais, kai gamintojo nustatyti neįmanoma). Už nesaugių gaminių realizavimą rinkoje ar jų padarytą žalą minėti subjektai atsako įstatymų numatyta tvarka.

Vartotojų teisė į informaciją yra ne tik teisė žinoti apie prekes ir paslaugas ir tokiu būdu turėti galimybes rinktis, bet taip pat ir būti apsaugotiems nuo klaidingos ir iškreiptos informacijos, reklamos, įpakavimo. Tai labiau pasyvi vartotojo teisė, kuri yra įgyvendinama nuolatos, o jos teisinis reglamentavimas yra prisimenamas tik įvykus pažeidimui. Viena iš aktyvių vartotojų teisių, susijusių su informacija, yra teisė į švietimą. Vartotojų švietimas – tai galimybių, įgyti žinių ir gebėjimų, reikalingų, įsigyjant ir naudojant prekes ir paslaugas savo poreikiams, suteikimas vartotojams.

Europos Sąjungos pripažįstamos pagrindinės vartotojo teisės yra:

- teisė į sveikatos apsaugą;
- teisė į finansinių interesų apsaugą;
- teisė į teisinių interesų apsaugą;
- dalyvavimo ir atstovavimo teisė;
- teisė į informaciją ir švietimą.

Visos šios teisės egzistuoja dviejų elementų kontekste: pirkimo proceso ir informacijos. Norėdamas atlikti pirkimo veiksmą ir racionaliai pasirinkti, vartotojas turi turėti galimybę įvertinti pagrindines prekės ar paslaugos savybes (kokybę, kainą, kiekybę ir pan.). Jam taip pat turi būti suteiktos galimybės naudotis prekėmis ar paslaugomis saugiai, gauti žalos ar pakenkimo atitaisymą. Tačiau siekiama ne tik apsaugoti vartotoją nuo nekokybiškų produktų. Paties vartotojo apsaugojimas yra tiesiogiai paremtas žiniomis. Informacijos apie vartojimo produktus gerinimas yra imperatyvi norma bei siekiamybė informacijos amžiuje [8].

Visgi yra ir informacija, kurią gamintojai ne visada pateikia noriai. Tai higienos ataskaitos, informacija apie augalus, iš kurių gaminami maisto produktai, informacija apie buitinių prietaisų kenksmingumą aplinkai, automobilių saugumo bandymų rezultatai. Galima daryti prielaidą, jog, didėjant žmonių poreikiams bei griežtėjant tam tikrų grupių produktų reikalavimams, informacijos apie juos daugės.

1997 metais JAV priimtas Vartotojų Teisių ir Atsakomybių Bilis (angl. „Consumer Bill of Rights and Responsibilities“) palietė teisę į informaciją, susijusią su sveikata. Jame reglamentuota vartotojų teisė gauti tikslią, lengvai suprantamą informaciją, susijusią su sprendimais dėl sveikatos apsaugos planų. Žmonėms taip pat suteikta teisė peržiūrėti ir kopijuoti savo asmeninius sveikatos

įrašus, reikalauti tokius įrašus jiems pateikti [7]. Teisė į sveikatos informaciją ypatinga tuo, jog ne tik įpareigoja pateikti informaciją jos prašančiam pacientui, tačiau taip pat ją pateikti pacientui suprantama kalba. Tuo tarpu iš valstybės įstaigų gaunama informacija yra pateikiama pagal nustatytus standartus.

1998 metais UNECE (Jungtinių Tautų Ekonomikos Komisija Europai) Danijos mieste Aarhus priėmė Prieigos prie informacijos, visuomenės dalyvavimo priimant sprendimus ir galimybės kreiptis į teismus aplinkos apsaugos klausimais konvenciją (Aarhus arba Orhuso konvenciją). Ši konvencija – tai naujo tipo aplinkos susitarimas, sujungiantis aplinkos ir žmogaus teises, kurio pagrindinė idėja ta, jog mes turime įsipareigojimų ateities kartoms. Ši konvencija sujungia valdžios atsiskaitomumą piliečiams (skaidrumą, atsakingumą) ir gamtos apsaugą. Konvenciją pasirašantys nariai pripažino, jog adekvatus rūpinimasis aplinka yra kritinis aspektas, užtikrinantis ne tik kokybišką gyvenimą, tačiau ir galimybę naudotis pagrindinėmis teisėmis (tarp jų ir teise į gyvybę). Norėdami įgyvendinti šią pareigą, piliečiai turi turėti prieigą prie informacijos, galimybes dalyvauti sprendimų priėmime. Taigi ši konvencija į teisę į informaciją žvelgia kaip į galimybę įgyvendinti kitas savo teises. Ji koncentruojasi į gamtos apsaugą, tačiau tuo pačiu į šį procesą įtraukia paprastus piliečius. T.y. norint dalyvauti savo šalies valdyme, priimti svarbius sprendimus, visiems rūpintis gamtos apsauga, būtina užtikrinti, kad plačioji visuomenė ne tik turėtų sprendimo balsą, bet ir žinotų visą reikalingą informaciją sprendimams priimti. Tuo pačiu valdžios sprendimų priėmime gamtos apsaugos reikalais siekiama skaidrumo ir atskaitingumo visuomenei. Šia konvencija įgyvendinama piliečių teisė į informaciją apie valdžios sprendimų priėmimo procesus gamtos apsaugos srityje. Konvencija ratifikuota 2001 metais, o galioti pradėjo nuo 2002 metų. Ją pasirašė 40 šalių [2].

2005 m. gegužės mėn. Europos Parlamentas ir Taryba priėmė ypatingai svarbią direktyvą – „Dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje“. Kaip ir bet kuri kita direktyva, ši taip pat turi būti įkorporuota į nacionalines teises sistemas, tačiau net be to ji yra reikšminga ir gali įtakoti šalių įstatymus. Pagrindinė direktyvos idėja buvo sujungti aukšto lygio vartotojų apsaugą su tarptautinės prekybos Europos Sąjungoje laisve. Ši direktyva pabrėžė ne patį vartotojų teisių gynimo įstatymų stiprumo lygį, o tai, kad skirtingose šalyse egzistuoja skirtingi šios srities įstatymai. Direktyva turėjo sumažinti šiuos skirtumus ir tuo pačiu išlaikyti aukštą vartotojų teisių apsaugos lygį.

Direktyva plačiai apima vartotojų teisę į informaciją ir nustato ribas, kiek ir kokios informacijos reikia vartotojui, norint priimti informacija paremtą sprendimą, taip pat vartotojus klaidinančią informaciją. Ji labiau koncentruojasi į vartotojų teisės į teisingą, neklaidinančią informaciją ir žvelgia į šias teises per pažeidimų ir nesąžiningos prekybos prizmę [14].

2007 m. rugsėjo 11 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybė priėmė nutarimą „Dėl Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu įstatymo projekto. Direktyvos

pagrindu priimtas įstatymas yra svarbus siekiant užtikrinti aukštesnį vartotojų teisių apsaugos lygį Lietuvoje bei sukurti Europos Sąjungos standartus atitinkančią vartotojų teisių apsaugos sistemą, ku labiau suvienodinti Europos Sąjungos šalių narių įstatymus vartotojų teisių apsaugos srityje.

2007 m. gruodžio 21 dieną priimtas įstatymas svarbus vartotojų informacinių teisių prasme tuo, jog iš esmės apibrėžė nesąžiningą komercinių subjektų veiklą ir atsakomybę už ją. Vartotojų teisė į informaciją reglamentuojama per komercinės veiklos subjektų išipareigojimus dėl informacijos pilnumo (visapusiškumo) ir jo teisingumo (objektyvumo ir neklaidinimo).

Lietuvos Respublikos vyriausybė, atsižvelgdama į tai, jog formaliojo ir neformaliojo švietimo institucijose nėra vartotojų švietimo tradicijų, vartotojų švietimas nebuvo koordinuojamas, visuomeninių vartotojų organizacijos menkai reiškėsi vartotojų švietimo srityje, o šių organizacijų tarpusavio bendradarbiavimas vartotojų švietimo klausimais – pakankamai silpnas, nusprendė 2002 metais parengti Lietuvos nacionalinę vartotojų švietimo programą. Programa buvo patvirtinta 2003 metais. Ji buvo skirta vartotojams sudaryti galimybes (ugdyti, informuoti ir konsultuoti) įgyti gebėjimų ir žinių, kurių jiems gali prireikti, perkant ir vartojant prekes bei paslaugas, vartotojų teisėms ginti ir įgyvendinti [24].

Lietuvoje vartotojų teisių apsauga yra reglamentuojama „Vartotojų teisių gynimo įstatymu“, kuris priimtas 1994 metais. Šis įstatymas jau kalbėjo apie vartotojų teises gauti informaciją apie prekes ir paslaugas. Jis taip pat apėmė teisę savo nuožiūra pirkti prekes bei paslaugas ir vienytis į vartotojų organizacijas. Vėliau, jau 1999 metais, prabilta ne vien apie teisę žinoti vartojamų produktų informaciją, tačiau ir teisę gauti saugias prekes ir paslaugas. Vartotojų gynimo įstatymas buvo redaguotas, atsižvelgiant į Europos Sąjungos teisę. 2000 metais vartotojų teisių gynimas apibrėžtas ir kituose įstatymuose – Reklamos ir Maisto, o nuo 2001 metų vartotojų teisių gynimas pasipildė nuostatomis naujai įsigaliojusiam Civiliniame kodekse.

Kiti įstatymai, kuriuose reglamentuojamos vartotojų teisės yra „Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas“, „Lietuvos Respublikos mokėjimų įstatymas“, „Lietuvos Respublikos produktų saugos įstatymas“, „Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas“, „Lietuvos Respublikos alkoholio kontrolės įstatymas“, „Lietuvos Respublikos tabako kontrolės įstatymas“, „Lietuvos Respublikos šilumos ūkio įstatymas“.

Institucijos, ginančios vartotojų teises Lietuvoje yra Valstybinė ne maisto produktų inspekcija prie Ūkio ministerijos ir Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba prie Lietuvos Respublikos vyriausybės, Valstybinė energetikos inspekcija, Valstybinė kainų ir energetikos kontrolės komisija, Konkurencijos taryba, Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba ir kt [4].

Europos Sąjungoje veikia vartotojams paramą teikiantys bei jų teises ginantys Europos vartotojų centrai, suvienyti į tinklą („ECC-network“). Minėti centrai konsultuoja ir padeda individualiems vartotojams spręsti problemas, iškilusias perkant prekes ar paslaugas už savo šalies ribų, teikia

naujausią informaciją Europos Komisijai apie rinkos problemas, stengiasi išspręsti ginčus be teismo įsikišimo. Europos Komisija siekia, kad Europos vartotojų centrai būtų įsteigti kiekvienoje valstybėje narėje ir kiek įmanoma greičiau - kiekvienoje šalyje kandidatėje [24].

Esamomis sąlygomis, kai vartotojų prekių ir paslaugų kokybės poreikiai yra aukšti, norint sukurti aktyvią partnerystę tarp tiekėjo ir vartotojo, kokybiškos ir relevančios informacijos suteikimas tampa būtina sąlyga. Sklandžia komunikacija paremta partnerystė gali paskatinti tarpusavio supratimą ir vystyti pasitikėjimą bei klientų lojalumą.

Nors konsumerizmo judėjimą galima laikyti vienu pagrindinių veiksnių, įtakojusių vartotojų teisių vystymąsi, buvo gausybė išorės sąlygų, iš pažiūros nesusijusių su žmogaus teisėmis, sukūrusių palankią terpę informacinėms teisėms.

Viena iš tokių sąlygų – technologinis progresas. Informacijos ir jos santykių suvokimas buvo tiesiogiai įtakojamas pačių informacijos priemonių bei naujų galimybių keisti turinį, kaupti informaciją, ją dalintis ir pan. Išradus spaudą, ji buvo dominuojanti technologija komunikacijos istorijoje beveik 400 metų. Taip buvo iki naujojo amžiaus komunikacijos istorijoje pradžios. Komunikacijos technologijų ar kiti išradimai nebuvo ypatingas reiškinys, nes 19 a. išradimų buvo pakankamai daug (elektra, garo variklis ir pan.), tačiau elektroninių komunikacijų išradimas sukūrė sąlygas masinės komunikacijos amžiui. Taigi informacijos saugojimo ir perdavimo galimybės keitė tiek informacijos, tiek ir teisių į ją suvokimą.

Informacinių technologijų tobulėjimas bei informacijos, kaip išteklaus svarbos suvokimas verslo sektoriuje bei pilietinėje visuomenėje sąlygojo informacijos visuomenės koncepcijos atsiradimą.

Nors nėra bendro ir visuotinai pripažįstamo susitarimo, kas yra informacijos visuomenė, dauguma teoretikų sutinka, kad mes matome transformaciją, kuri prasidėjo kažkur tarp 1970-ųjų ir šiandien keičia visuomenės darbą iš esmės. Olsterio universiteto (angl. „University of Ulster“) dėstytojas, informacijos ekspertas ir teoretikas Daniel Juvesbury informacijos visuomenę įsivaizduoja „kaip visuomenę, veikiamą įvairių naujų technologijų formų, kurios pačiais parankiausiai būdais bus „absorbuotos“ įvairių institucijų, vyriausybių, visuomeninių įstaigų labui, siekiant, kad technologijos padėtų kuo geriau bendrauti tarpusavyje“ [15].

Informacinės visuomenės evoliucija įtakoja kokybiškesnę informacinių teisių apsaugą, eskalavimą visuomenėje ir būtiną geresnį informacinių santykių suregulavimą. Kitaip tariant, informacijos visuomenė nėra esama ar pasiekta visuomenės būseną. Greičiau – tai siekiamybė, lygiagrečiai kurianti įstatyminį žmogaus teisių pagrindą, užtikrinanti demokratinius procesus, informacinių technologijų tobulėjimą ir apskritai bendrą visuomenės tobulėjimą, nekintant pamatinėms vertybėms.

Galima teigti, jog teisė į informaciją reiškia teisę gauti faktus, reikalingus priimti informacija paremtą pasirinkimą ar sprendimą. Dabar teisė į informaciją nėra vien apgaulės išvengimas ir apsauga

nuo klaidinančios reklamos, neteisingo ženklavimo. Tai taip pat nėra vien kainos ir svorio pateikimas. Pirkdamas prekę ar paslaugą vartotojas turi būti informuotas:

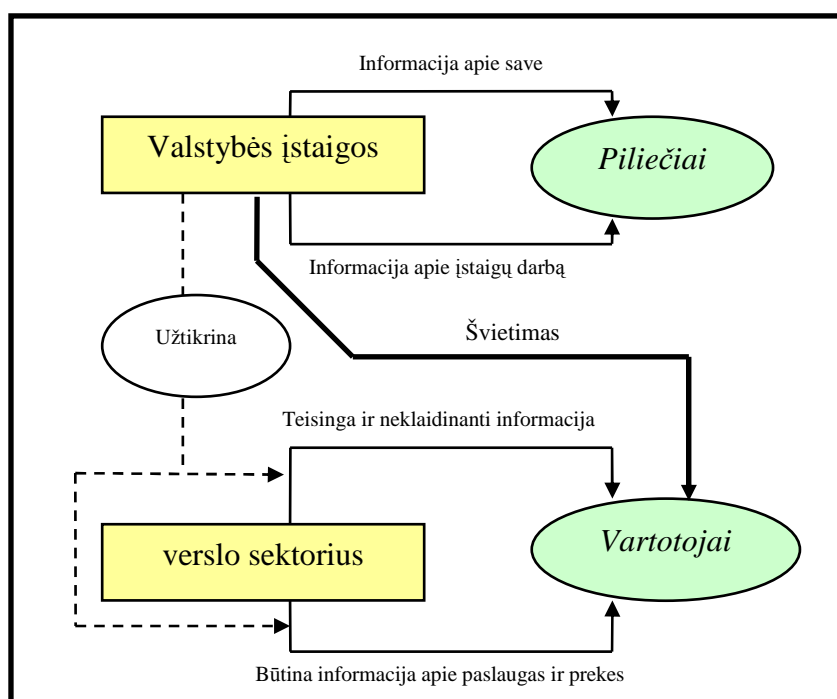
- kaip vartoti;
- apie neigiamus vartojimo efektus sveikatai;
- ar ingredientai yra nedarantys žalos aplinkai;
- ar produktas buvo išbandytas su gyvūnais;
- ar jo gamybos procese buvo panaudotos gamtai kenksmingos priemonės ar išteklių;
- kokios cheminės medžiagos yra naudojamos gamyboje;
- kaip buvo paruoštas produktas ir t.t.

Kai kurie punktai gali atrodyti ginčytinai. T.y. ar tikrai privaloma suteikti tokią išsamią informaciją vartotojui ir, kur yra riba tarp vartotojo teisės žinoti bei tiekėjo teisės slėpti gamybos procesus? Ar vartotojas turi žinoti tik produkto sudėtį ir galimą žalą sveikatai, ar jam būtina žinoti ir patį pagaminimo procesą ir technologijas? Kokia informacija yra pakankama sprendimui priimti? Šie klausimai yra paliekami įstatymų reglamentavimui ir sukelia didesnius ar mažesnius ginčus tarp vartotojų ir paslaugų teikėjų ar prekių gamintojų. Akivaizdu, kad kuo toliau, tuo labiau ryškėja aiškesnės vartotojui būtinos informacijos ribos ir poreikis skubiai atsakyti į iškilusius klausimus. Ribos plečiasi, nes ne tik plečiasi vartojimo rinka, produktų pasiūla, bet, tuo pačiu, ir būtinybė kuo tiksliau reglamentuoti šios srities santykius. Galima teigti, jog bet kurioje srityje informacija yra kontroliuojama kolektyvinių interesų, todėl vartotojų informacinės teisės, įgijiančios vis didesnę svarbą ir sulaukiančios vis didesnio dėmesio, yra natūrali informacinių teisių evoliucijos dalis, įtakojama kintačių visuomeninių santykių.

2. VARTOTOJŲ TEISĖS Į INFORMACIJĄ TURINYS

Nors vartotojų teisės yra piliečių teisių atšaka ir pats vartotojas patenka į piliečio sąvokos aprėptį, o beveik visi piliečiai yra prekių ar paslaugų vartotojai, visgi tikslinga diferencijuoti šias (vartotojų ir piliečių) teisių grupes, tuo pačiu nepaneigiant jų buvimo vienoje visumoje. Žmogaus, kaip piliečio informacinių teisių kontekstas yra gerokai platesnis ir apimantis gausybę įvairių sričių. Tuo tarpu vartotojo informacinės teisės egzistuoja ekonominių santykių kontekste ir apima informaciją, susijusią su paslaugų bei prekių vartojimu.

1 paveikslas. Piliečių ir vartotojų teisės ir jų užtikrinimas informacinių teisių kontekste.



Piliečių (kaip visuomenės narių) pagrindinės informacinės teisės (gauti informaciją apie save ir apie įstaigų darbą) yra pagrinde aktyvios teisės, informacijos paieškos aspektu (1 pav.). T.y. informacijos gavėjas jos ieško savo iniciatyva, o jos teikėjas, nors ir yra įpareigotas kaupti informaciją, kurios gali prireikti pagal užklausimą, tačiau informaciją pagrinde teikia gavęs aktyvų prašymą. Žinoma, valdžia yra įpareigota teikti ataskaitas apie savo veiklą, tačiau valstybės įstaigų teikiama informacija iš esmės yra „pagal pareikalavimą“ tipo.

Tuo tarpu, kalbant apie vartotojams reikalingą informaciją, valstybės įstaigos tampa informacijos teikimo tarpininku. T.y. jos užtikrina, kad paslaugų ir prekių tiekėjai, pardavėjai įstatymų nustatyta tvarka teiktų būtiną, teisingą ir neklaidinančią informaciją vartotojams (1 pav.).

Galima teigti, jog vartotojo teisės į informaciją yra labiau pasyvios teisės, kurios yra įgyvendinama nuolatos, o jų teisinis reglamentavimas yra prisimenamas tik įvykus pažeidimams.

Valdžios institucijos, atsakingos už vartotojų teisių įgyvendinimą ir užtikrinimą, rūpinasi ne tik įstatyminės bazės sukūrimu ir koordinavimu, kad gamintojai, tiekėjai ir pardavėjai laikytųsi nustatytų normų, tačiau taip pat rūpinasi vartotojų švietimu (1 pav.). T.y. vartotojams sudaro galimybes ir sąlygas įgyti gebėjimų ir žinių, kurių gali prireikti perkant ir naudojant produktus. Taigi šioje vietoje atsiranda tiek valdžios institucijų, tiek vartotojo aktyvumo kriterijus – valdžios institucijos aktyviai vykdo vartotojų edukacijos programas, o vartotojai skatinami domėtis savo teisėmis ir galėti ginti jas.

Informacijos pateikimas ir atskleidimas vartotojams bei jų švietimas, siekiant, kad vartotojas maksimaliai šią informaciją panaudotų, reikalingas, įgyvendinant veiksmingą vartotojų teisių egzistavimą. T.y. turėdamas visą jam relevančią informaciją, vartotojas yra įgalinamas atlikti racionalius pasirinkimus tarp siūlomų prekių ir paslaugų bei save apsaugoti. Informacija vartotojams gali būti teikiama vartotojų leidinių, valdžios agentūrų, tyrimo centrų, nepriklausomų testavimo organizacijų iniciatyva, tačiau bendriausia prasme pagrindiniu informacijos šaltiniu yra laikomas verslo sektorius. Vartotojų švietimas yra vartotojų organizacijų ir valdžios atsakomybė [40].

Bendriausia prasme vartotojų informacines teises galima išskaidyti į du segmentus – teises, susijusias su saugumu (vartotojų noru jaustis saugiais, vartojant paslaugas ir prekes, žinoti, kaip tai teisingai daryti, žinoti, kad pats produktas ar jo sudedamosios dalys nėra kenksmingi jiems bei aplinkai ir pan.), ir su teisingu (paremtu objektyvia informacija, faktais) pasirinkimu. Saugumo faktorius yra pakankamai aiškus ir iš esmės įpareigoja prekių ir paslaugų pardavėjus laikytis nustatytos tvarkos ir standartų, rinkai pateikiant savo produkciją. Saugumo reikalavimai yra imperatyvūs, reikšiantys, kad vartotojams negalima kenkti. Šiuo atveju informacinė vartotojų teisė yra žinoti apie produktą tokią informaciją, kad patys galėtų spręsti apie jo saugumą arba daromą žalą.

Teisingas pasirinkimas yra subjektyvus faktorius konkretaus vartotojo atžvilgiu, tačiau iš informacijos teikėjo pusės, jis yra objektyvus, nes ir pateikiama informacija apie produktą turi būti objektyvi ir neklaidinanti. Objektyvios ir faktinės informacijos faktorius nurodo ne tik reikalavimus informacijai apie produktus ir paslaugas turiniui, bet taip pat įpareigoja tos informacijos teikėjus su vartotojais sudarinėti teisingus sandorius, suteikti galimybę atlikti informacija paremtus sprendimus, neklaidinti. Kitaip tariant, vartotojai turi prieiti prie informacijos ir žinoti, ką jie perka, kad galėtų atlikti informacija grįstus sprendimus. Tuo pačiu informacijos turėtojai turi ne tik pateikti neklaidinančią informaciją, bet taip pat ją pateikti išsamiai, nenuslepiant nei vienos jos dalies. Informacijos nuslėpimas yra taip pat laikomas vartotojų klaidinimu.

Analizuojant vartotojų teisės į informaciją turinį, svarbu apibrėžti, kokias informacines teises vartotojai turi ir į kokią informaciją. Iš esmės vartotojas turi teisę žinoti, ką vartoja ir gauti kuo pilnesnę informaciją apie tai. Iš šios teisės išplaukia papildymai, jog informacija turi būti teisinga, leidžianti objektyviai įvertinti ir palyginti. Kitaip tariant, vartotojo teisę į informaciją galima suskirstyti į kelias grupes.

1. Vartotojas turi teisę produkto pardavimo vietoje, gauti tinkamą informaciją apie produktą bei jo savybės, kad remdamasis šia informacija, galėtų teisingai ir objektyviai pasirinkti. Vartotojas turi teisę žinoti:

- kas yra produkto, kurį jis perka, sudėtyje;
- ar tai, ką jis perka, yra pagaminta šioje šalyje, ar importuota;
- ar tai, kaip produktas pagamintas, yra priimtina vartotojui (kokie yra produkto pagaminimo metodai ir technologijos).

2. Vartotojai turi teisę ne tik gauti bendrą informaciją, susijusią su produkto sudėtimi, bet taip pat ir teisingą informaciją, galinčią paveikti jo ekonominį elgesį. Vartotojas turi būti informuotas apie produkto kainą, tačiau gebėti prekybos vietoje tinkamai ir objektyviai palyginti tos pačios kategorijos konkuruojančių prekės ženklų kainas. Pavyzdžiui, ant kiekvieno produkto turėtų būti nurodoma litro arba kilogramo kaina.

3. Vartotojas turi teisę į tikslų ženklumą. Informacija, kuri yra pateikta produkto etiketėje, turi būti tiksli, pasiekama pardavimo vietoje, išbaigta ir suprantamos formos, įgalinanti vartotoją pasinaudoti savo laisve atikti pirkimą, neturi klaidinti, slėpti faktų. Vartotojai taip pat turi teisę būti apsaugoti nuo jų atžvilgiu neteisingų sandorių. Kitaip tariant, sandorių su vartotojais sudarinėtojai yra įpareigojami sudarinėti sąžiningus ir teisingus sandorius.

Šiame skyriuje nagrinėjamas vartotojų teisės į informaciją turinys, analizuojamos pagrindinės vartotojų informacinės teisės, jų sandara ir reikšmė, išskylantys probleminiai ir etiniai klausimai.

2.1. Teisė į informaciją apie produktą

Viena pagrindinių vartotojų teisių, glaudžiai susijusi su pamatinėmis žmogaus teisėmis, – teisė vartoti saugias prekes bei paslaugas. Ši vartotojo teisė užtikrinama įstatymais, nustatančiais standartus, ženklumą, saugumo normas. Vartotojas, tuo tarpu, turi būti informuotas apie tai, ką vartoja. Tai yra jo informacinė teisė (teisė būti informuotam apie produktų sudėtį ir saugumą).

Kai JAV Prezidentas Lyndon'as Johnson'as pasirašė „Sąžiningos Pakuotės ir Ženklavimo Aktą“ (angl. “Fair Packaging and Labeling Act”), jo teigimu Aktas buvo skirtas tiksliai paaiškinti vartotojui, kas yra pakuotėje, kas pagamino produktą, kiek į pakuotę patalpinta ir kiek ji kainuoja,

palyginus su konkurentų produktais. Aktas taip pat buvo inicijuotas siekiant užbaigti melagingą informaciją pateikiančių etikečių ir klaidinančių pakuočių naudojimą [44]. Buvo suvokta, kad vartotojas pats ne visada žino savo teises, o toks nežinojimas gali įtakoti mėginimus nuslėpti ar klaidingai pateikti informaciją. Visgi, svarbi ne vien vartotojų edukacija, tačiau ir informacijos teikėjų įpareigojimas laikytis nustatytų normų, standartų ir prisidėti prie vartotojų teisių įgyvendinimo bei vystymo.

Vartotojo teisė į informaciją apie produktą yra bene svarbiausia vartotojo informacinė teisė, padedanti užtikrinti vartotojo saugumą, leidžia vartotojui sužinoti ne tik produkto sudedamąsias dalis, tačiau ir tų dalių bei galutinio produkto parengimo procesą. Ji yra paremta koncepcija, jog vartotojai turi teisę į pakankamą kiekį tikslios, prasmingos informacijos, pateikiamos ant etiketės, kad galėtų priimti pirkimo sprendimą.

Bene pati svarbiausia ir labiausiai saugotina sritis – maisto produktai. Maisto produktų sauga yra grindžiama principu, kad užtikrinant saugumą reikia atsižvelgti į visą maisto patekimo į galutinius taškus (nuo gamybos stadijos) procesą. Pavyzdžiui, Europos Sąjungos teisės aktai, reglamentuojantys ūkininkų gaminamo maisto tvarką, kalba apie chemikalų naudojimą auginant augalus, gyvulių pašarus, maisto perdirbimą, galimų dažiklių ir priedų naudojimą bei pardavimą.

Teisės aktai, kurie reglamentuoja maisto produktų ženklimą, suteikia vartotojams galimybę sužinoti vartojamų produktų sudėtį. Etiketė turi talpinti informaciją apie produkto sudėtyje naudojamus saldiklius, dažiklius, konservantus, cheminius priedus, taip pat informaciją apie galimus alergenų (apie ingredientus, kuriems vartotojai gali būti alergiški).

Teisės aktuose taip pat nurodoma, kurie gaminiai gali būti laikomi ekologiškais; taip pat juose reglamentuojamas konkrečių regionų kokybiškų produktų pavadinimų vartojimas. Teisės aktai vartotojams suteikia galimybę sužinoti, ar maistas nėra genetiškai modifikuotas ir ar jis neturi genetiškai modifikuotų ingredientų. Maisto produktai, kurie yra pagaminti, naudojant genetinio modifikavimo technologiją, turi būti pažymėti, nepaisant, ar genetiškai modifikuota DNR, ar tik proteinais.

Vartotojai taip pat turi teisę priimti pirkimo sprendimą, remdamiesi produkto kilmės šalies informacija, jei jie to pageidauja. Yra daugybė priežasčių, kodėl vartotojai nori vartoti, ar, atvirkščiai, – išvengti, konkrečių šalių produkcijos ar vartoti vietoje pagamintus gaminius ir palaikyti vietinius gamintojus bei vietos ekonomiką. Kiti susirūpinimo verti klausimai yra aplinkos ekologija, gyvūnų sąlygos, kontrolės standartai kai kuriose šalyse, sveikatos problemos, cheminis užterštumas ir pan.

Kitas, ne mažiau svarbus vartotojams klausimas – informacija apie produkto gamybos procesą. Kai kurie vartotojai pageidauja žinoti, kokiais metodais buvo paruoštas jų perkamas maistas. Pavyzdžiui, identifikavimo priemonės ant kiaušinių pakuočių turėtų nurodyti, kaip buvo

gaunami kiaušiniai (iš vištų dideliame aptvare, tvarte ar narvuose). Neturėdami tokios informacijos, vartotojai negali tinkamai spręsti apie sąlygas, kuriomis kiaušiniai buvo padėti. Tuo tarpu, žuvies produktų paruošimo metodų informacija yra reikalinga vartotojams, norintiems sužinoti, ar žuvis pagautos laisvėje, ar buvo auginamos veisiant. Ši informacija svarbi todėl, kad veisiant žuvis nelaisvėje, neretai naudojami įvairūs chemikalai, siekiant apsaugoti žuvis nuo ligų. Taigi tokia informacija yra taip pat teiktina vartotojams, siekiant užtikrinti jų pasirinkimo laisvę.

Valdžios įstaigos turi užtikrinti, kad visa informacija, kurią jos kaupia, arba kuri yra kaupiama, apie pesticidų, sunkiųjų metalų, pramonės chemikalų, medicinos ar teršalų liekanas maisto produktuose būtų viešinama. Nors paprastai informacija susijusi su pesticidais ir sunkiais metalais yra skelbiama visuomenei, duomenys apie kai kurias medžiagas, tokias kaip veterinarijos pramonės medikamentai, būna neatskleidžiama [23]. Nors iš dalies susiduriama su vartotojams būtinos informacijos identifikavimo problemomis, jas neretai išsprendžia valdžios institucijų nustatomi teiktinos informacijos standartai.

Konsumerizmo judėjimo šalininkai visada nepalankiai atsiliepdavo ir reaguodavo į organizacijas, naudojančias neinformatyvias, o kartais ir klaidinančias, pakuotes bei reklamas. Tai yra bene vieninteliai be vargo vartotojams pasiekiami produkto informacijos šaltiniai (objektyvios informacijos, kuri negali būti pasiekama kitais kanalais, jei nėra viešinama paties gamintojo ar tiekėjo). Bet kurio produkto prieinamos informacijos kiekis priklauso nuo šių trijų faktorių:

- Valdžios nustatytos taisyklės. Jos nurodo minimalius reikalavimus ir tikslumo standartus.
- Nepriklausomi ženklavimo institutai. Nurodo, jog produktas yra gavęs atitinkamą standartą.
- Verslo politika. Tai informacijos kiekis, kurį organizacijos nori padaryti prieinamą vartotojams.

Valdžios institucijos nustato reikalavimus informacijai, kurią kompanijos turi viešinti. Paprastai reikalavimai apima maisto produktus, vaistus ir panašiai (sudėtis, data, laikymo sąlygos). Valdžios institucijos taip pat nustato minimalius saugumo reikalavimus, kuriuos turi atitikti prekės. Iš esmės, tokios taisyklės leidžia geriau apsaugoti vartotojus, tačiau pati informacija nėra ypatingai naudinga, pasirinkimo tarp konkuruojančių produktų atžvilgiu.

Mėginimai pateikti naudingą produkto informaciją paprastai buvo susiję su savanoriška ženklavimo sistema. Šios srities pionieriai – švedai. Informacijos ženklavimo institutas („VDN“) sistemą pasiūlė dar 1951 metais. Didžiojoje Britanijoje septintojo dešimtmečio pabaigoje Vartotojų taryba (angl. „Consumer Council“) pristatė savanorišką ženklavimo sistemą, pavadintą „Teltag“. Norvegija, Danija, Suomija, Vokietija ir kitos valstybės mėgino sukurti sistemą, kurios pagalba vartotojai, padedant valdžios institucijoms, galėtų kompanijoms pasakyti, kokią informaciją iš jų

nori gauti. Visgi, iš esmės visos sitemos buvo nuviliančios dėl jų savanoriškos prigimties. Pavyzdžiui, Didžiojoje Britanijoje „Taltag“ buvo atšaukta, nes tik kelios kompanijos buvo pasirengusios bendradarbiauti. Taigi akivaizdu, jog norint pateikti kuo daugiau vartotojams naudingos informacijos, svarbu užtikrinti, kad organizacijos pačios norėtų ja dalintis [40].

Pagrindinė problema yra tame, jog kompanijos produktų pakuotę paprastai suvokia kaip dalį savo marketingo veiksmų, nei kaip informacijos šaltinį vartotojams. Taigi normalu, kad vartotojams yra sudėtinga palyginti skirtingus produktus dėl to, kaip ši informacija yra pateikiama (skirtinga forma ir išdėstymu). Vartotojams yra būtinas didesnis vartotojiškos informacijos kiekis, norint atlikti racionalius sprendimus pirkimo vietose. Kita vertus, racionalių sprendimų vykdymas yra varžomas paprasto vartotojo galimybių įsisavinti ir interpretuoti jam pateikiamą informaciją. Taigi produktams tampant vis įmantresniais, papildomos informacijos pateikimas tėja vienas efektyvios vartotojų apsaugos elementas.

Ne visiems vartotojams išmanant savo informacines teises, produkto pakuotė tampa prieinamiausiu ir informatyviausiu šaltiniu. Ji vartotojams suteikia informaciją apie produkto sudedamąsias dalis, paruošimą vartojimui, vartojimo procedūras, produkto dalių ar viso produkto gamybos technologijas ir procesus, sudedamųjų dalių kilmę, produkto gamintojo kilmės šalį, reikalingą kontaktinę gamintojo informaciją, saugumo reikalavimus, standartus ir t.t.

2.2. Teisė teisingai palyginti produktus

Vartotojai turi teisę, remdamiesi objektyviai pateiktais kriterijais, palyginti ir išsirinkti norimą produktą. Tai reiškia, kad tos pačios rūšies produktai ar paslaugos, lyginami reklaminėje ar kitoje informacinėje medžiagoje turi būti lyginami pagal tuos pačius bruožus, kriterijus. Pateikiama informacija turi būti teisinga ir sąžininga. Jei produktai, pardavėjų (tiekėjų ar gamintojų) pateikiamoje medžiagoje nėra lyginami su konkurentų, vartotojui turi būti suteikta galimybė pačiam palyginti produktus remiantis atskaitos tašku, kurį nustato valdžios institucijos, atsakingos už vartotojų teisių įgyvendinimą ir gynimą.

Prieš priimdami pirkimo sprendimą vartotojai paprastai apsvarsto alternatyvas išsirinktai paslaugai ar prekei. Sukaupia informacija vertinama, ir tada vartotojas gali formuoti nuomonę apie ketinamą įsigyti produktą. Bendrų produkto ženklo pasirinkimo taisyklių visiems vartotojams ir visiems produktams nėra. Paprastai vertinamos ne viena, o kelios savybės, be to vartotojas remiasi jau turimais įsitikinimais apie prekės ženklą. Visgi, nepaisant daugybės faktorių, įtakančių vartotojo sprendimą, marketingo komplekso faktorius – vienas svarbiausių. Ypatingai didelę įtaką vartotojo ekonominei elgsenai turi produkto kaina.

Norėdamas teisingai palyginti alternatyvas, vartotojas turi turėti objektyvią, teisingą ir faktais

paremtą informaciją. Produkto kainos pateikimas yra imperatyvus reikalavimas, norma, reglamentuojama įstatymais. Visgi, net atrodytų pakankamai informatyvus tokios informacijos (produkto kainos) pateikimas gali būti vadinamas nepilna informacija.

Vartotojas turi teisę gauti pilną informaciją apie paslaugos ar prekės kainą. T.y. vartotojui turi būti suteikta galimybė teisingai palyginti produktų kainas. Kaip įmanoma palyginti dviejų skirtingų prekės ženklų tos pačios kategorijos produktus, kai vienas yra supakuotas 275 g, o kitas – 350 g pakuotėje? Pavyzdžiui, remiantis Europos Sąjungos reikalavimais prekybos centrai privalo pateikti ne tik produkto pakuotės esamą kainą, tačiau taip pat turi informuoti vartotojus apie to produkto litro ar kilogramo kainą. Tokiu būdu vartotojas gali lengvai apsispręsti, remdamasis pilna, objektyvia informacija apie kainą ir teisingai vadovautis šiuo rodikliu.

Panaši situacija Europos Sąjungoje yra su bankų teikiamomis vartotojiškomis bei būsto paskolomis. Europos Sąjungos teisės aktai reikalauja, kad bendrovės, teikiančios finansines paslaugas, pateiktų vartotojams jiems svarbią standartinę informaciją. T.y. imančiam paskolą vartotojui turi būti nurodomi ne tik mėnesiniai gražintinos skolos įnašai, tačiau ir visa metinė palūkanų norma. Vadinasi, tik pilna informacija, leidžia vartotojui įvertinti realią situaciją.

Viena vertus, vartotojo požiūris ir reakcija į informaciją apibrėžia, ar ji bus integruota, iškraipyta, ar ignoruojama. Iš kitos pusės, teisingai pateikta, relevanti ir faktais paremta informacija suteikia galimybę vartotojui racionaliai įvertinti kainos savybę, o prekes lyginti remiantis kitais kriterijais [50].

Galimybė palyginti produktus reiškia, kad kiekvienam vartotojui yra suteikiami tam tikri produktų vertinimo rėmai – pagal nustatytas taisykles. Tos taisyklės apibrėžia būtinuosius standartus, punktus, kurie turi būti pažymėti. Taigi vartotojui nereikia naudoti sudėtingų alternatyvų vertinimo schemų, nes produktų gamintojai yra ypateigojami laikytis nustatytos tvarkos ženklinant produktus ar jų pakuotes.

2.3. Teisė nebūti klaidinamam (teisė į teisingą informaciją)

Vartotojo pirkimo sprendimą veikia daugybė faktorių, kuriuos galima suskirstyti į 5 kategorijas: demografinius (pajamos, amžius, profesija ir kt.), marketingo komplekso (produktas, kaina, paskirstymo kanalai ir rėmimas), socialinius (kultūra, socialinė klasė, įtakos grupės), psichologinius (motyvaciją, suvokimas, išmokimas) ir situacinius (įvairios

sąlygos ir aplinkybės, susiklostančios ar egzistuojančios, pirkėjui apsisprendus įsigyti produktą) [19].

Demografiniai, socialiniai, psichologiniai ir situaciniai faktoriai yra sunkiai įtakojami arba neįtakojami apskritai, tuo tarpu marketingo komplekso faktorius iš esmės yra lemiamas produkto pardavėjo veiksmų, t.y. jo sugebėjimo suderinant marketingo kompleksą, parduoti prekę ar paslaugą.

Galima teigti, jog vartotojai rinkoje veikia nepilnos informacijos sąlygomis. Kitaip tariant, informacijos pateikimas vartotojams pašalina jos trūkumą. Paprastai vartotojai, analizuodami alternatyvas, vertina produktų atributus. Trūkstamą informaciją jie pašalina tokiais būdais:

- Interatributinis priskyrimas. Vartotojai vienų atributų vertę priskiria kitiems atributams. Pavyzdžiui, nedidelis produkto dydis laikomas produkto trapumo priešastimi. Taigi produkto savybė gali būti palaikyta kita savybe, kas yra nebūtinai teisinga prielaida.
- Įvertinimas remiantis atitikimu. Vartotojas to paties produkto charakteristikas priskiria tai charakteristikai, apie kurią informacijos neturi, tačiau daro prielaidą, kad ji nėra reikšminga, todėl atitiks visas kitas. Šis metodas paprastai pasirenkamas, kai beveik visos produkto charakteristikos vartotoją tenkina, o charakteristika, apie kurią informacijos nėra, vartotojo laikoma nereikšminga.
- Suvienodinimas su kitais prekių ženklais. Vartotojas atributą, apie kurį informacijos neturi, laiko identišku tokiems patiems atributams konkuruojančiuose tos pačios rūšies gaminiuose. T.y. pasirinkto produkto savybė yra laikoma tokia pačia, kaip ir kitų prekių ženklų produktų savybės, todėl pasirinkimas daromas, vertinant kitas charakteristikas.
- Negatyvumo priskyrimas. Vartotojai, neturėdami apie konkrečią charakteristiką informacijos, automatiškai laiko, jog ši informacija yra neigiama [19].

Nors vartotojai produktų savybes vertina ne vien pagal tai, kiek konkretūs atributai turi jiems reikšmės (yra svarbūs), tačiau taip pat ir pagal viso pirkimo proceso svarbą, nepaprastai svarbiu faktoriumi yra kokybiška ir teisinga informacija, pateikiama pakuotėje

(pirkimo/pardavimo vietoje). Akivaizdu, jog teisingos informacijos pateikimas ant produkto pakuotės turi būti ne vien vartotojų teises ginančių bei reguliuojančių institucijų iniciatyva keliamas klausimas. Vartotojų elgsena rodo, jog objektyvi, nenuslėpta ir teisingai pateikta informacija vartotojams leidžia išsirinkti jų nuomone geriausius produktus. Kita vertus, tokios informacijos filtru tampa ir įstatymai, numatantys atsakomybę už vartotojų klaidinimą, informacijos slėpimą, mėginimus ženkliai paveikti vartotojų ekonominę elgesį.

Prekės pakuotė vartotoją informuoja apie produkto vartojimo būdus, situaciją, reikalingas priemones parengti galutiniam vartojimui, produkto kokybę. Produkto kaina taip pat informuoja vartotoją. Tiksliau, produkto kaina padeda pasirinkti arba afišuoja aukštą kokybę. Reklama identifikuoja problemą arba deficitą, kurie informuoja vartotoją apie alternatyvas, suteikia apie jas informacijos. Taigi marketingo kompleksas iš esmės yra skirtas perduoti vartotojui informaciją. Tačiau šią informaciją vartotojas ir marketingo specialistai (arba produktų pardavėjai, tiekėjai) suvokia skirtingai. Vartotojo tikslas – surinkus pilną, jam reikalingą informaciją, įvertinus alternatyvas, priimti sprendimą, kuris turėtų išspręsti jo problemą ar patenkinti jo poreikius. Tuo tarpu produkto pardavėjo tikslas – įtikinti vartotoją vartoti būtent jo produktą.

Visgi ne visada priemonės, skirtos parduoti prekes ar paslaugas, yra sąžiningos ir teisingos. Pavyzdžiui, gavus paštu prekiaujančios įmonės laišką, sveikinantį laimėjus pagrindinį prizą jos organizuotoje loterijoje, vėliau paaiškėja, kad tai tik mėginimas užmegzti su vartotoju ryšį ir įkalbėti ką nors užsisakyti. Jei jokio prizo nėra, tai tėra apgaulingi, neteisėti prekybos būdai.

Vartotojai turi teisę nebūti klaidinami (turi teisę į teisingą informaciją), o teisės aktai draudžia vartotoją klaidinančią arba apgaulingą reklamą. Prekiautojai paštu, per televiziją

arba tiesiogiai prekiaujantys mažmenininkai privalo būti atviri ir sąžiningi. Teisės aktai taip pat reikalauja, jog pardavėjai teiktų išsamią informaciją apie save, apie savo produkciją, jos kainas (įskaitant papildomus arba standartinius mokesčius bei pristatymo kainą) ir per kiek produktas bus pristatytas. Į klaidinačios ar netikslios informacijos sąvoką patenka ir reklama, nes reklama yra dalis informacijos apie produktą.

Kilmės šalies informacijos nebuvimas etiketėje gali klaidinti vartotojus, suteikiant pagrindo jiems, tikėti, kad įprastiniai produktai, kaip mėsa, vaisiai, žuvis ar daržovės yra pagaminti šioje šalyje, kai, tuo tarpu, jie yra importuoti (arba atvirkščiai). Tokioje situacijoje, kilmės šalies nenurodymas gali būti laikomas mėginimu nuslėpti ar apgauti.

Vartotojai taip pat turi teisę būti apsaugoti nuo neteisingų jų atžvilgiu sandorių. Tiksliau, produktų pardavėjai yra įpareigojami sudarinėti sąžiningus ir teisingus sandorius, suteikiant visą reikalingą informaciją vartotojams.

2.4. Etiniai teisės į informaciją klausimai

Kalbant apie vartotojų teisę į informaciją, iškyla klausimas, kur yra riba, kuri nurodo, kokia informacija vartotojui yra būtina ir reikalinga, norint priimti informacija paremtą sprendimą. Yra bendri ir specialūs informacijos pateikimo standartai, kuriuos nustato valdžios institucijos, siekdamos apginti vartotojų teises. Visgi ne visi produktų tiekėjai yra suinteresuoti atskleisti pilną informaciją. Nežinia ar vartotojas turi žinoti tik apie produkto sudėtį, jo kenksmingumą, pašalinius efektus, ar jam būtina žinoti ir apie gamybos procesus, tuose procesuose (o ne sudėtyje) naudojamus medžiagas ir technologijas. Sudėtinga nustatyti, kiek informacijos leidžia pasirinkti teisingai, racionaliai.

Šie klausimai iš esmės buvo iškelti dar tada, kai JAV Prezidentas John'as F. Kennedy'is pasiūlė Vartotojų Teisių Bilį (angl. „The Consumer Bill of Rights“), kuriame viena iš paminėtų vartotojų teisių buvo teisė į informaciją apie prekes ir paslaugas. Apskritai niekas neprieštaravo šiai vartotojo teisei, tačiau, nagrinėjant detaliau, atsiradavo etinių informacijos teikimo dilemų. Kiek informacijos reikia vartotojui, kad tos informacijos teikėjai jaustųsi besielgiantys atsakingai ir etiškai marketingo požiūriu?

Profesoriaus, vartotojo teisių gynėjo Kirk'o Davidson'o teigimu, koks informacijos kiekis reikalingas vartotojui, priklauso nuo daugybės veiksnių: koks yra produktas, kas yra vartotojas, ar jis yra gerai nusimanantis ir gebas brandžiai vertinti. Iš kitos pusės, tai priklauso nuo to, kiek žalos

galimai bus padaryta, jei vartotojas neturės reikiamos informacijos, taip pat nuo žalos esmės ir tikimybės.

Profesoriaus nuomone, yra nemažai situacijų, susijusių su vartotojų ir pardavėjų santykiais, iškeliančių sudėtingus etinius klausimus. Pavyzdžiui, ar vartotojams, perkantiems firmų „Kraft“ (konditerijos, kavos gaminiai) ir „General foods“ (kavos gaminiai) produkciją, yra svarbu, kad šios firmos yra didžiausio tabako gaminių gamintojo ir pardavėjo padaliniai (įmonės, priklausančios „Philip Morris“)? Nors save laikantis tvirtu vartotojų teisių advokatu gynėju, Kirk Davidson, teigia, jog kartais vartotojams visko pasakyti apie produktus ir jų pagaminimo būdus yra neįmanoma [11].

Galima teigti, jog šie etiniai sprendimai turi būti paremti išsamia analize, kiek žalos galima išvengti, vartotojui pateikiant informaciją. Kitas vertus, toks požiūris skatina ne stengtis suteikti informaciją vartotojams galvojant apie jų poreikius, o produktų pardavėjams ieškoti spragų ir mėginti suteikti kuo mažiau informacijos, kiek tai leidžia teisėtumo dėlei. Remiantis pasauliniais pavyzdžiais, akivaizdu, jog informacijos pateikimo standartų savanoriškumo principas yra sunkiai pasiekiamas, todėl išorinis reguliavimas yra būtinas ir neišvengiamas. Valdžios institucijos (kontroliuojančios vartotojų teisių įgyvendinimą ir gynimą) nustato kriterijus informacijai, standartus ir priemones, o tos informacijos teikėjas nutatyta tvarka ją privalomai pateikia vartotojams.

Nors šiame skyriuje neklaidinanti ir teisinga informacija bei jos pateikimas vartotojui, kaip ir galimybė racionaliai palyginti produkto kainą, yra išskiriamos kaip vartotojo informacinės teisės, iš esmės tai tėra vartotojo teisės į informaciją dalis. Kitaip tariant, vartotojo teisė į informaciją yra teisė gauti informaciją apie produktus, norint priimti informacija paremtus sprendimus. Kad ši teisė būtų įgyvendinta, vartotojams pateikiama informacija turi būti pilna, neklaidinanti ir nunuslepianti faktų, leidžianti pardavimo vietoje įvertinti objektyvias produkto savybes ir tinkamai palyginti norimos rūšies produktą su konkuruojančių gamintojų produktais.

Vartotojų teisė į informaciją apie produktus yra glaudžiai susijusi su vartotojų saugumo poreikiu. Norėdami jaustis saugūs, vartotojai turi žinoti, kiek saugūs jų vartojami produktai, su kokia rizika susiduriama. Taigi iš vartotojo teisės žinoti, ar jis yra saugus vartodamas prekes ar paslaugas išplaukia produktų pardavėjų įpareigojimas pateikti rinkai saugius gaminius, o apie bet kokią riziką informuoti vartotojus, padaryti saugumo informaciją jiems prieinama.

Apibendrinant skyrių, galima teigti, jog vartotojų teisė į informaciją yra teisė žinoti, ką vartojame, kiek tai, ką vartojame yra saugu, kuo vartojamas produktas skiriasi nuo kitų, tos pačios kategorijos produktų. Iš teisės žinoti išvedama netiesioginė vartotojų teisė gauti pilną, išsamią, sąžiningą ir objektyvią informaciją, kuria remiantis, priimtas sprendimas geriausiai patenkintų vartotojo poreikius.

3. VARTOTOJŲ INFORMACINIŲ TEISIŲ ĮGYVENDINIMAS LIETUVOJE

Lietuvos Respublikoje vartotojų teisių apsaugos sistemos bazinį pagrindą kuria Vartotojų teisių apsaugos įstatymas. Vartotojų teises taip pat gina kiti įvairūs įstatymai ir teisės aktai, numatantys jų laikymosi priežiūros institucijas – vartotojų teisių gynimo įstaigas ir visuomeninės vartotojų organizacijas, kurias remia ir finansuoja valstybė.

Informacijos apie produktus ir jų saugumą sritis bei teisinga ir neklaidinanti informacija yra reglamentuojamos Lietuvos Respublikos Produktų saugos, Alkoholio kontrolės, Tabako kontrolės, Genetiškai modifikuotų organizmų, Vartotojų teisių apsaugos, Reklamos, Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo ir kituose įstatymuose.

Lietuvoje Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba koordinuoja vartotojų teises ginančių valstybės institucijų veiklą. Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos veiklos vienas iš prioritetų – siekis sukurti veiksmigą, efektyvią Lietuvoje aukštus Europos Sąjungos standartus atitinkančią vartotojų teisių apsaugos sistemą.

Vartotojų teises ginančių organizacijų ir institucijų pagrindinės funkcijos yra:

- užtikrinti efektyvią vartotojų teisių apsaugą ir taikyti įstatymais numatytas poveikio priemones.
- priimti ir derinti teisės aktus, tiesiogiai liečiančių vartotojų teisių apsaugą, teikti pasiūlymus ir išvadas;
- vystyti ir skatinti savanoriškus standartus;
- kurti ir kontroliuoti privalomus standartus ir drausti vartotojimo produktus, kai standartai negali adekvačiai apsaugoti vartotojų;
- rūpintis produktų atšaukimu bei taisymo taisyklėmis;
- atlikti tyrimus dėl potencialiai pavojingų produktų;
- informuoti ir šviesti vartotojus, per informavimo priemones, valdžios įstaigas, privačias organizacijas bei reaguoja į vartotojų užklausimus, nagrinėti skundus;
- apie vartotojų teises informuoti bei šviesti paslaugų teikėjus ir prekių pardavėjus;
- atlikti kitas, įstatymų pavestas užduotis.

Vartotojų teisių apsaugos įstatymas deklaruoja, jog „vartotojų teisių apsauga įgyvendinama taikant prevencines priemones (ugdant, informuojant, konsultuojant vartotojus, atliekant tyrimus, atliekant rinkos priežiūrą ir kitas priemones), per administracinę, civilinę, baudžiamąją atsakomybę, ginant vartotojų teises ne teisme šio įstatymo šeštojo skirsnio ir kitų įstatymų nustatyta tvarka ir teisme“ [39]. Taigi galima teigti, jog valstybė santykius, atsirandančius tarp pirkėjo ir pardavėjo

ekonominėje erdvėje, reguliuoja iš „sarginio šuns“ pozicijų – gindama vartotojų teises, bet tuo pačiu ir suteikdama vartotojams galimybes apginti save. Vartotojai ne tik turi teisę į konkrečią informaciją, tačiau taip pat turi būti informuoti tų teisių egzistavimą ir apgynimą.

Siekiant iširti vartotojų teisės į informaciją teisinį reguliavimą Lietuvoje, atliktas tyrimas, kurio metu nagrinėti įstatymai, relamentuojantys vartotojų informacines teises. Įstatymai, į kurių teisinę aprėptį patenka vartotojų teisė į informaciją yra: Vartotojų teisių apsaugos įstatymas, Civilinis kodeksas, Produktų saugos įstatymas, Reklamos įstatymas, Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas, Alkoholio ir tabako kontrolės įstatymai, Maisto įstatymas, Šilumos ūkio įstatymas, Energetikos įstatymas bei Turizmo įstatymas.

Galima teigti, jog pagrindiniai vartotojų bendras teises gianantys įstatymai yra Vartotojų teisių, Lietuvos Respublikos Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymai ir Civilinis Kodeksas. Šies įstatymai yra koncentruoti į bendras žmogaus kaip piliečio ir vartotojo teises, tačiau taip pat apima ir vartotojo teisę į informaciją.

Kalbant apie vartotojo teisę į informaciją, Lietuvos Respublikos Vartotojų teisių apsaugos įstatymas akcentuoja vartotojų teisę į švietimą (vartotojo teisė žinoti savo teises ir galimybės jas ginti), teisę gauti informaciją apie prekes ir paslaugas jų pardavimo vietose (nustatyta įstatymų ženklinimo ir informavimo tvarka) teisę gauti tikslią ir nemelagingą informaciją.

Vartotojų teisių apsaugos įstatymas suteikia vartotojams teisę „gauti teisingą ir visapusišką informaciją valstybine kalba apie parduodamas prekes, teikiamas paslaugas; gauti informaciją apie savo teisių įgyvendinimo ir gynimo tvarką“ [39]. Šis įstatymas taip pat pamini ir vartotojų teisę į švietimą vartojimo srityje. Iš esmės įstatymas kalba ne apie tai, kaip vartotojai įgyvendina savo teises, o apie informacijos turėtojų (produktų gamintojų, platintojų ir pardavėjų) pareigą informuoti vartotojus.

Įstatymas teigia, jog „gamintojas, pardavėjas, paslaugos teikėjas vartotojams privalo <...> suteikti Civiliniame kodekse ir kituose teisės aktuose nustatyta informaciją ir teisės aktų nustatyta tvarka ženklini prekes“ [39]. Taigi iš esmės pakartojamas teiginys dėl informacijos pateikimo privalomumą, tačiau dabar kalbama apie informacijos teikėjų atsakomybę ir įsipareigojimus – informacijos turėtojai privalo ją suteikti nustatyta tvarka vartotojams, o vartotojai turi teisę gauti jiems būtiną informaciją.

Įstatymas pardavėjus ir paslaugų teikėjus įpareigoja „laikytis sąžiningos verslo praktikos. <...> Prekės ir paslaugos turi būti siūlomos taip, kad vartotojui būtų aiškus pasiūlymo komercinis pobūdis“. Taigi šiuo punktu įgyvendinama vartotojų teisė gauti tikslią, nemelagingą ir neklaidinačią informaciją.

Akivaizdu, kad informacija, pateikta įstatyme – pakankamai fragmentiška, o įstatymo normos, reglamentuojančios vartotojų teisę į informaciją yra labiau nurodomojo pobūdžio (nurodo, kuriais

teisės aktais vadovautis konkrečiais atvejais, arba, kurie teisės aktai reglamentuoja konkrečius santykius), koncentruojasi bendrai į vartotojų teises ir jų gynimo tvarką, o ne informacijos pateikimą vartotojams.

Lietuvos Respublikos Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas [33] – svarbus teisės aktas, įtakotas 2005 m. gegužės 11 d. Europos Parlamento ir Tarybos priimtos „Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos“. Direktyvos tikslas buvo kuo labiau suderinti ir suvienodinti Europos Sąjungos valstybių narių įstatymus dėl nesąžiningos komercinės veiklos, (įskaitant nesąžiningą reklamą), siekiant apginti pažeidžiamus vartotojų ekonominius ir konkurentų interesus.

Šis įstatymas turėjo užpildyti vartotojų teisių spragas kituose įstatymuose (Vartotojų teisių apsaugos, Relamos ir pan.) ir buvo skirtas nustatyti nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo rėmus, identifikuoti nesąžiningos komercinės veiklos rūšis, situacijas, atvejus. Įstatymas, skirtingai nuo Lietuvos Respublikos Reklamos įstatymo, kuriame aprėpti ir konkurentų interesų pažeidimai, koncentravosi tik į tą komercinę veiklą, kuri pažeidžia *ir* vartotojų teises.

Vartotojų teisės į informaciją sritis Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatyme paliečiama dviem aspektais – klaidinančių veiksmų (vartotojų teisė gauti tikslią, neklaidinančią informaciją) ir klaidinančio informacijos neatskleidimo (vartotojų teisė gauti pilną, išsamią informaciją).

Penktame įstatymo straipsnyje apibrėžiami klaidinantys komercinės veiklos subjektų veiksmai, kurie pasižymi informacijos apgaulingumu arba galimybe apgauti vartotoją. Klaidinantys veiksmai yra tokie veiksmai, kuriais vartotojas skatinamas priimti sprendimą dėl produkto įsigyjimo, kai kitomis aplinkybėmis jo nebūtų priėmęs. Į tokių veiksmų aprėptį patenka rinkodaros veiksmai, įskaitant lyginamąją reklamą (vartotojo teisė gauti tikslią informaciją reklamoje bei gebėti, turint tą informaciją, racionaliai palyginti tos pačios rūšies gaminius su konkurentų siūlomais).

Šeštasis įstatymo straipsnis apima klaidinančios informacijos neatskleidimą ir kalba apie vartotojų teises gauti pilną, išsamią ir nenuslėptą informaciją apie produktą. Svarbiausiu faktoriumi laikomas informacija paremtas sprendimas, tačiau taip pat įtraukiami informacijos nuslėpimo, nesuprantamo ar dviprasmiško pateikimo ir pateikimo laiko faktoriai. Įstatymas kalba ir apie Reklamos įstatyme užfiksuotą komercinės veiklos subjektų įpareigojimą aiškiai identifikuoti komercinius tikslus savo rinkodaros veiksmuose – akivaizdžiai iškirti reklaminius teiginius nuo įparastinių pranešimų ir taip užtikrinti vartotojo teisę į teisingą informaciją.

Komercinės veiklos subjektas, atlikdamas rinkodaros veiksmus ir naudodamasis informacijos perdavimo priemonėmis, turi atsižvelgti į priemonių ar laiko apribojimus ir suteikti vartotojui esminę, būtiną informaciją, kuri yra apibrėžiama Civiliniame Kodekse (Pagrindinės produkto

savybės, informacija apie subjektą ir jo buveinę, produkto kainos informacija (pagal reikalavimus kainos ir visų papildomų mokesčių pateikimui) ir t.t.).

Civilinis Kodeksas – svarbiausias valstybės įstatymas, įtvirtinantis pamatines žmogaus teises. Į žmogaus teisių aprėptį jame taip pat patenka vartotojo teisė į informaciją – teisė į sąžiningas sutartis (teisė gauti visą objektyvią ir teisingą informaciją, kuria remdamiesi vartotojai galėtų priimti racionalius sprendimus ir sudaryti sandorius), teisė į tikslią ir neklaidinančią informaciją reklamose, teisė į išsamią informaciją apie produktus jų pardavimo vietose.

Civiliniame kodekse, 6.193 straipsnyje, reglamentuojančiame sutarčių sudarymo sąlygas bei vartotojų ir pardavėjų santykius, „nesąžiningomis laikomos vartojimo sutarčių sąlygos, kurios šalių nebuvo individualiai aptartos, jeigu jos iš esmės pažeidžia šalių teisių ir pareigų pusiausvyrą bei vartotojo teises ir interesus“ [29]. Galima teigti, jog Civiliniame kodekse yra apibrėžta vartotojo teisė gauti teisingą informaciją, ją įvertinti. T.y. jei sutarties sąlygos gali pakenkti vartotojui, jis apie tokias sąlygas turi būti informuotas iš anksto. Tokiu būdu įgyvendinama vartotojo teisė į teisingą objektyvią ir neklaidinančią informaciją.

Civilinio kodekso 6.301 straipsnyje apibrėžta klaidinačios reklamos sąvoka bei atvejai, kai reklama yra laikoma klaidinančia. Reklama yra informacijos šaltinis vartotojams apie prekes ir paslaugas, todėl informacija pateikiama reklamose patenka į vartotojo teisės į informaciją aprėptį. Visgi vartotojas turi teisę ne į pačią reklamą, o į reklamos turinio objektyvumą ir sąžiningumą. Pagal Civilinį kodeksą, klaidinanti reklama yra „bet kokios formos ir bet kokiomis perdavimo priemonėmis skleidžiama su ūkine komercine, finansine ar profesine veikla susijusi informacija, kuria siekiama skatinti prekių ar paslaugų, įskaitant nekilnojamuosius daiktus, teises ir pareigas, pardavimą (teikimą), kai ji bet koku būdu, įskaitant ir jos pateikimo būdą, klaidina arba gali suklaidinti asmenis, kuriems ji skirta arba kuriuos ji pasiekia, ir kai dėl jos klaidinančio pobūdžio atsirado žalos“. Taigi kaip ir Kodekso punktuose apie nusišlyptas sutarčių sąlygas, čia kalba eina apie vartotojų klaidinimą ar mėginimą nusišlypti informaciją. Atsakomybė už neteisingos, klaidinačios informacijos pateikimą ar jos nusišlypimą nuo vartotojų tenka reklamos davėjui, gamintojui, tarpininkui arba skleidėjui. Jei sudarinėjant sandorius pagrindiniai subjektai, kurių informacinius santykius nagrinėja įstatymas, yra vartotojai ir pardavėjai (tiekėjai, gamintojai), tai reklamos sklaidos atveju į santykių aprėptį yra įtraukiami ir reklamos skleidėjai, tarpininkai ir gavėjai, kurie yra įpareigojami teikti teisingą informaciją vartotojams.

6.353 Civilinio kodekso straipsnis apie vartotojo teisę į informaciją kalba per pardavėjų pareigų prizmę – deklaruojama ne vartotojo teisė gauti informaciją, o aktyvi pardavėjo pareiga informaciją teikti. Parduodami daiktai turi turėti etiketes, kuriose būtų pateikta pirkėjui būtina, teisinga ir visapusiška informacija. Maisto produktams turi būti nurodyta ši informacija:

- pavadinimas;

- sudedamųjų dalių sąrašas (įskaitant alergenų);
- saugumo informacija;
- grynasis produkto kiekis (jei maisto produktai yra sufasuoti);
- minimalus tinkamumo vartoti terminas;
- kokybės garantijos terminas;
- specialios produkto laikymo arba vartojimo sąlygos (kai produktas nėra paruoštas galutiniam vartojimui arba jo parengimas nėra lengvai suprantamas);
- gamintojo pavadinimas ar firmos vardas ir adresas;
- išsami informacija apie kilmės vietą (jei nesant tokiai informacijai vartotojas gali būti suklaidintas dėl tikrosios maisto produkto kilmės);
- vartojimo instrukcija, jei jai nesat produkto paruošimas yra neįmanomas;
- kaina (pardavimo ir galutinė produkto vieno vieneto (kilogramo, litro, metro, kvadratinio arba kubinio metro) kaina, įskaitant visus mokesčius).

Civiliniame Kodekse neminimas, tačiau maisto produktų ženklumą reglamentuojančioje Lietuvos higienos normoje HN 119:2002 „Maisto produktų ženklumas“ [36] pateiktas vartotojų teisės į produktų sudėtį apribojimas taikomas alkoholiniams gėrimams, kurių alkoholio koncentracija yra didesnė nei 1,2 procento bendro tūrio. Taigi vartotojai į tokių produktų sudėties informaciją teisės neturi.

Taip pat egzistuoja įvairūs papildomi reikalavimai konkreitiems produktams. Pvz, pagal Grietinėlės ir jos gaminių kokybės reikalavimus [27] tiek grietinė, tiek grietinės ir riebalų mišinys turi būti tiksliai identifikuoti ir paženklinti. Taip pat pagal Privalomuosius termiškai apdoroto geriamojo pieno kokybės reikalavimus [26] nurodomas pavadinimas „Pienas“, įvardijant pagaminimo būdą - „natūralus“, „pusriebis“, „nugriebtas“, „liesas“. Kopūstai ženklunami atsižvelgiant į Privalomuosius kopūstų kokybės reikalavimus [46] – t.y. padavinimas „kopūstai“ turi turėti papildymą apie jų tipą („baltieji“, „raudonieji“, „garbanotieji“). Mėsos produktai [48] turi būti diferencijuojami pagal jų kokybės klasę („aukščiausia rūšis“, „pirma rūšis“ ir t.t.). Fasuotų maisto produktų ženklavimo rekvizitai pateikiami ant kiekvienos pakuotės ir bendrosios pakuotės.

Ant produktų pakuotės ženklavimo informacija turi būti pateikta valstybine kalba. Papildomai gali būti pateikta informacija ir kitomis kalbomis. Jei originalo kalba yra užsienio, valstybine kalba pateikiama informacija privalo atitikti gamintojo pateiktą informaciją valstybine (lietuvių) kalba.

Maistingumo informacija nėra privaloma. Ją pasirinktinai ant pakuotės gali pateikti gamintojas. Visgi, jei Maistingumo ženklumas yra neprivalomas, tačiau, teigiant, kad maisto produktas turi ypatingų savybių, suteikiančių energijos, maistingumo ženklumas yra būtinas. Ant pakuotės leidžiami mitybiniai teiginiai apie maistines medžiagas ir medžiagas, priklausančias maistinių medžiagų kategorijai ir energinę produkto vertę.

Šiame straipsnyje minimas informacijos klaidinimo kriterijus - informacija neturi klaidinti vartotojų. Teisingos informacijos pateikimo vartotojams svarba taip pat akcentuojama, kabant apie produktų kainos pateikimą („Pardavimo kaina ir standartinio vieneto kaina turi būti gerai matoma, lengvai įskaitoma, suprantama ir atskiriama“).

Specifinių sričių produktų ir paslaugų vartotojų informacinės teisės yra reglamentuojamos Reklamos, Alkoholio kontrolės, Tabako kontrolės įstatymuose. Reklamos įstatymo sritis – informacijos ir jos teiginių naudojimas komerciniai tikslais naudojamoje komunikacija reglamentavimas. Alkoholio ir Tabako kontrolės įstatymai dėl gaminių specifiškumo nagrinėja kiek kitokius informacinių teisių aspektus – į vartotojo teisę į informaciją žvelgiama per žalos sumažinimo, mažinant tam tikros informacijos sklaidą, prizmę.

Lietuvos Respublikos Reklamos įstatymas, nors yra skirtas gerinti vartotojų informavimą apie produktus bei ginti vartotojų teises, pagrinde orientuojasi į sąžiningą konkurenciją, reklaminę veiklą ir reklamos gamintojų, skleidėjų ir teikėjų komercinius veiksmus.

Vartotojų informacinių teisių gynimas šiame įstatyme svarbus tuo, jog jame apibrėžiama draudžiamos ir netinkamos reklamos formos ir sąlygos, nubrėžiančio rėmus „tam, ko negalima daryti“. T.y. į vartotojų teisę į informaciją žvegiama per reklamos skleidėjų, gamintojų, tarpininkų ir užsakovų įpareigojimus neklaidinti vartotojų.

Klaidinančią reklamą naudoti draudžiama. Iš esmės šis teiginys tik apriboja reklamos davėjus, o iš pirmo žvilgsnio neapima vartotojų teisės į informaciją. Visgi, reklamos naudojimo metu, reklamos davėjas turi privalo vartotojams pagrįsti savo teiginių teisingumą, remdamasis objektyvia informacija, nepraleisti informacijos dalių, o pateikti pilną ir išsamią informaciją, be kurios reklamos turinys tampa klaidinančiu, naudoti skaidrius reklamos pateikimo būdus ir formas, kad vartotojas teisingai suvoktų reklamos teiginius. Taigi galima teigti, kad Reklamos įstatymo sukuriami barjerai vartotojams suteikia teisę gauti teisingą informaciją reklamose.

Šeštasis Reklamos įstatymo straipsnis [35] reglamentuoja lyginamąją reklamą, jos pasekoje atsirandančius reklamos davėjų ir vartotojų santykius ir lyginamosios reklamos ribas. Pagrinde šis straipsnis kalba apie komercinių subjektų teises ir pareigas, sąžiningą konkurenciją bei iš to išplaukiančius jų įsipareigojimus vartotojams. Kaip ir klaidinančios reklamos straipsnyje, čia galioja tas pats principas – vartotojas nukentėti neturi. Straipsnyje paliečiama vartotojo teisė gauti teisingą informaciją, norint racionaliai palyginti tos pačios rūšies produktus pagal vienodus kriterijus, laikantis vienodų produkto reklamavimo sąlygų.

Vartotojas turi teisę žinoti, kada prasideda ir kiek galioja reklamos teiginiuose deklaruojami pasiūlymai. Taigi šis straipsnis netiesiogiai kalba apie pilną ir išbaigtą informaciją, kurią turint galima priimti tinkamą sprendimą.

Aštuntasis šio įstatymo straipsnis taip pat kalba apie reklamos teisingumą ir objektyvumą –

„reklama turi būti aiškiai atpažįstama pagal pateikimo formą. Jei tikėtina, kad reklamos vartotojai visuomenės informavimo priemonėje skleidžiamos reklamos dėl jos pateikimo formos gali neatpažinti, tokia reklama turi būti pažymėta žodžiu „Reklama“. Reklamos paslėpimo faktas reiškia, kad prisidengiant kitos rūšies pranešimais ar priemonėmis, vartotojams mėginama pateikti reklaminę medžiagą, neakcentuojant, kad tai reklama ir, kad pagrindinis siekis yra įtikinti vartotoją pirkti. Tokiu atveju neišpildoma sąlyga vartotojams suteikti neklaidinačią informaciją. Reklamos įstatyme apie reklamą, kuri klaidina vartotojus ar naudoja melagingus teiginius apie produktų savybes taip pat kalbama keturioliktajame straipsnyje „Maisto reklama“.

Alkoholio ir tabako kontrolės įstatymai reglamentuoja informacijos pateikimą, susijusį su minėtais gaminiais. Šių produktų prigimtis iš esmės įtakoja kitokią įstatyminių traktavimą ir informacijos sklaidą. Kadangi reikalavimai alkoholio ir tabako gaminių reklamai ir informacijos sklaidai yra griežtesni, apie juos pateikiamas informacijos kiekis natūraliai yra mažesnis.

Ketvirtosios dalies antrasis Alkoholio kontrolės įstatymo punktas teigia, jog „alkoholinių gėrimų pirkėjai turi teisę pardavimo vietoje gauti išsamią, teisingą, tikslią ir aiškią informaciją apie perkamą prekę“ [28]. Taigi šio įstatymo normos nepateikia nieko naujo, tik pakartoja Civiliniame Kodekse, vartotojų teisių gynimo įstatymuose nustatytus reikalavimus bendriems produktams. Visgi, šiame įstatyme minėtas punktas išskirtinas ir pateiktas dėl alkoholinių gėrimų reklamos apribojimų ypatumų.

Teiginys, kad vartotojas turi gauti teisingą informaciją apie alkoholinius gėrimus taip pat reiškia, kad jis turi žinoti su savo saugumu, rizika sveikatai ir gyvybei susijusią informaciją. Remiantis įstatymu, vartotojus informuoti privaloma tiek pasitelkiant Lietuvos nacionalinio radijo ir televizijos laidas (kurios suteiktų vartotojams informaciją apie alkoholio vartojimo žalą), tiek alkoholio reklamos davėjams, „alaus, alaus mišinių su nealkoholiniais gėrimais bei natūralios fermentacijos vyno ir sidro išorinėje reklamoje“ [28] įspėjant vartotojus apie žalą Sveikatos apsaugos ministerijos nustatyta tvarka pateikiant įspėjamąjį tekstą.

Lietuvos Respublikos Tabako kontrolės įstatyme vartotojų teisė į informaciją apibrėžiama dviejuose straipsniuose. Aštuntajame straipsnyje teigiama, jog reklama, pateikiama ant pakuotės, neturi klaidinti vartotojų. Šiame straipsnyje tabako gaminių gamintojai yra įpareigojami pateikti įspėjamuosius užrašus apie šių gaminių neigiamą poveikį vartotojų sveikatai. Vartotojams taip pat turi būti suteikta informacija apie dervų, nikotino ir anglies monoksido kiekį cigaretėse. Taigi galima teigti, jog vartotojai turi teisę gauti informaciją, tiesiogiai susijusią su jų saugumu, sveikata ir galima produkto žala.

Dvidešimt antrajame šio įstatymo straipsnyje sakoma, jog Lietuvos Respublikos sveikatos ministerija privalo teikti aukščiau minėtą informaciją apie cigarečių sudedamąsias dalis vartotojams „visomis tinkamomis priemonėmis“ [37]. Sveikatos ministerija yra įpareigojama šviesti vartotojus

apie tabako gaminių keliamas grėsmes sveikatai.

Lietuvos Respublikos Šilumos ūkio, Energetikos ir Turizmo įstatymai koncentruojasi į paslaugų vartotojų teises. Nors iš esmės šių įstatymų aprėptamų vartotojų teisių turinys nėra ypatingai išskirtinis bendros teisės į informaciją įstatyminės bazės kontekste, šių įstatymų specifiškumas išplaukia iš jų reglamentuojamų sričių unikalumo.

Lietuvos Respublikos Šilumos ūkio įstatymas koncentruojasi į iš šilumos tiekimo, kaip paslaugos teikiamos vartotojams, atsirandančius santykius. Į įstatymo aprėpti patenka vartotojų informavimas ir Vyriausybės ar jos įgaliotų institucijų pareigos teikti informaciją.

Remiantis Šilumos ūkio įstatymu, vartotojai turi teisę gauti kelių tipų informaciją – išsamią, tikslią ir aiškią informaciją apie vartotojui priskaičiuotus mokesčius už karštą vandenį

Vartotojui pateikiama sąskaita taip pat turi turėti aiškios, išsamios ir tikslios informacijos kriterijus, siekiant suteikti vartotojui galimybę pačiam patikrinti, ar jam apskaičiuoti mokesčiai yra tikslūs ir atitinka faktinę situaciją. Kitaip tariant, vartotojas turi teisę žinoti produkto sudėtį (šiuo atveju, paslaugos ypatumus, leidžiančius nustatyti jos teikimo kokybę).

Vartotojai taip pat turi būti informuojami apie „įmonės teikiamas paslaugas, paslaugų teikimo sąlygas, šilumos ir paslaugų kainas, prijungimo prie sistemų kainas bei sąlygas ir numatomus sutarčių sąlygų pakeitimus, <...> kainų padidėjimą“. Taigi šiuo straipsniu įtvirtinama vartotojų teisė žinoti visą jiems būtiną informaciją apie paslaugos teikimą, sutartis.

Devynioliktasis Lietuvos Respublikos Energetikos įstatymo straipsnis teigia, jog „energetikos įmonės savo veikimo teritorijoje <...> pagal kompetenciją energijos vartotojams ir savivaldybių institucijoms teikia informaciją apie efektyvų energijos išteklių ir energijos vartojimą, saugų ir efektyvų energetikos objektų bei įrenginių naudojimą, statomus, rekonstruojamus energetikos objektus ir įrenginius, energijos kainas bei energijos vartotojams teikiamas paslaugas“ [30]. Galima teigti, jog minėta informacija vartotojams yra būtina, norint efektyviai naudotis teikiama paslauga (pavyzdžiui, informacija apie efektyvų energijos išteklių panaudojimą įgalina vartotojus naudoti gaunamą energiją pagal konkrečius poreikius, sutapyti, kainos informacija leidžia patikrinti paskaičiuotas paslaugų kainas patiems, saugos informacija atlieka vartotojų prevencijos funkciją).

Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas, kaip ir Šilumos ūkio ar Energetikos įstatymai koncentruojasi į konkrečios paslaugos suteikimą ir santykius, atsirandančius teikiant šias paslaugas. Turizmo įstatyme vartotojų teisės į informaciją apibrėžiamos per paslaugos teikėjo (kelionių organizatoriaus) informacijos teikimo įsipareigojimus. Tai yra kelionių organizatorius privalo vartotojams suteikti informaciją apie teikiamą paslaugą, kad vartotojas ne tik galėtų tinkamai pasinaudoti paslauga („informaciją apie tarpines stotis ir sustojimo laiką, buvimo vietą bei informaciją apie keleivio vietą transporto priemonėje“, „<...> informaciją apie galimybę sudaryti draudimo sutartis“ [38]), tačiau ir būti apsaugotas netikėtų aplinkybių atveju („kelionės

organizatoriaus ir (ar) kelionių agentūros atstovo pavardę, adresą ir telefono numerį ar vietinių agentūrų, į kurias turistai galėtų kreiptis pagalbos, adresus ir telefono numerius“ [38]).

Šiuo įstatymu teikti informaciją įpareigojami turizmo centrų steigėjai. Turizmo informacijos centro veikloje specifika yra teikti informaciją, todėl patekę į tokį centrą vartotojai įgija teisę gauti informaciją, susijusią su turizmo paslaugomis, lankomais objektais ir vietovėmis. Vartotojams turi būti suteikiama informacija apie centro teikiamas paslaugas bei informacija, reikalinga tinkamai pasinaudoti paslauga. Kadangi norima gauti paslauga yra pats informavimas, jei jis tikslus ir teisingas bei visapusiškas, centras atlieka savo funkcijas bei leidžia vartotojams įgyvendinti savo teises.

Lietuvos Respublikos Produktų saugos įstatyme saugaus gaminio apibūdinime yra akcentuojama, jog be kitų svarbių faktorių, gaminio saugumas tiesiogiai priklauso nuo jo keliamos rizikos vartotojų gyvybei ar sveikatai. Gaminys saugus, kai jis rizikos nekelia arba jo keliamą riziką yra minimali, o pats gaminys atitinka aukštus saugumo reikalavimus. Vienas iš kelių svariausių aukštų saugumo reikalavimų lygio nustatymo būdų – gaminio ženklinimas, įspėjimai, užrašai ant gaminio ar pakuotės, naudojimo instrukcijos ir sunaikinimo po naudojimo instrukcijos bei kita gamintojo pateikta informacija. Vadinas, gamintojai į rinką turi ne tik pateikti saugius gaminius, tačiau visus gaminius, kurie jų vartojimo ar tiesiog laikymo metu gali kelti bent menkiausią pavojų vartotojams, turi ženklinėti pagal nustatytus reikalavimus. Vartotojai turi teisę žinoti, kiek saugūs yra jų vartojami produktai, su kokia rizika vartotojai susiduria.

Produktų gamintojai, pardavėjai ir tiekėjai turi pasirūpinti, kad vartotojai sužinotų apie jiems gresiantį pavojų. Produktų saugos įstatyme teigiama, jog gamintojas, „sužinojęs, kad gaminys pavojingas, nedelsdamas informuoti apie tai vartotojus, Tarybą bei atitinkamos srities kontrolės institucijas, pašalinti jį iš rinkos, ir, jei būtina, gaminių susigrąžinti“ [34]. Ši sąlyga galioja tiek prekėms, tiek paslaugoms. Susigrąžinimas vykdomas parduotuvėse, kuriose buvo galimybė tą prekę įsigyti, pakabinant skelbimus.

Šio įstatymo penkioliktasis straipsnis reglamentuoja informacijos prieinamumą visuomenei. Jame teigiama, kad institucijos, atsakingos už produktų informacijos kontrolę bei Vartotojų teisių gynimo taryba turi viešinti turimą informaciją apie produktų keliamą riziką.

Maisto produktų vartotojų teises reglamentuoja nemažai bendras vartotojų teises aprėpiančių įstatymų. Visgi, specifiskai maisto produktų sritis apima Maisto, Genetiškai modifikuotų organizmų, Produktų saugos įstatymai.

Lietuvos Respublikos Genetiškai modifikuotų organizmų įstatymas reglamentuoja vartotojų teisę į informaciją apie jų vartojamo maisto genetinį modifikavimą. Paprastai informacinis vartotojų informavimas vyksta juos šviečiant ir mokant apie teises ir jų apsaugą bei kontroliuojant komercinės veiklos subjektus ir įpareigojant juos teikti informaciją, į kurią vartotojai turi teisę.

Tuo tarpu genetiškai modifikuotų organizmų įstatymas numato kiek kitokį modelį. Įstatymu numatyta, kad fiziniai ir juridiniai asmenys, apie savo veiklą, susijusią su genetiniu organizmų modifikavimu, turi nustatyta tvarka informuoti Aplinkos ministerijai, kuri, savo ruožtu, informaciją apie produktus kaupia ir tvarko. Taigi informacijos teikėju, arba informacijos tarpininku vartotojams tampa Aplinkos ministerija. Tokiu būdu valdžios įstaigos įgyvendina vartotojų teisę „gauti teisės aktų nustatyta tvarka informaciją iš Aplinkos ministerijos, Sveikatos apsaugos ministerijos, Žemės ūkio ministerijos ir kitų institucijų apie genetiškai modifikuotus organizmus ir (ar) genetiškai modifikuotus mikroorganizmus bei jų naudojimą“ [31].

Šio įstatymo dvyliktasis straipsnis taip pat akcentuoja dar vieną informacinę vartotojo teisę, glaudžiai susijusią, su viena svarbiausių piliečio teisių – teise dalyvauti šalies valdyme – teisę gauti informaciją, būtiną sprendimų priėmimui.

Šis įstatymo straipsnis primena 1998 metais priimtą ir 2001 metais ratifikuotą Orhuso konvenciją, kuri apėmė valdžios atsiskaitomumą piliečiams ir gamtos apsaugą. Visgi, laikantis požiūrio, kad žmonės yra labiau ne aplinkos vartotojai, o gyventojai joje, saugus ir pilnavertis gyvenimas apsaugotoje gamtoje yra žmogaus ir piliečio pamatinių teisių užtikrinimas. Tuo tarpu žinojimas, kas yra genetiškai modifikuoti organizmai bei teisė į genetiškai modifikuotų produktų ženklinimą yra galimybė užtikrinti žmonių, kaip vartotojų (rinkos dalyvių bei pirkėjo ir pardavėjo santykių subjektų) teises. T.y. vartotojai turi teisę žinoti, ką vartoja. Dar daugiau – dvyliktasis Genetiškai modifikuotų organizmų įstatymo straipsnis suteikia galimybę vartotojams įtakoti sprendimus, susijusius su minėtais produktais. Taigi tiek minėtas įstatymas, tiek Orhuso konvencija panašūs tuo, kad skatina vartotojus, jiems svarbiais klausimais išsakyti savo nuomonę bei įtakoti savo aplinkos vystymą ir apsaugą.

Lietuvos Respublikos Maisto įstatymas [32] kalba apie informaciją, kuri pateikiama vartotojams apie maisto gaminius. Įstatyme kalbama ne tiesiogiai apie teises, kurias turi vartotojai, o akcentuojama informacijos teikėjų išipareigojimai dėl informacijos teikimo bei apribojimai dėl vartotojų klaidinimo, pateikiant ne tas maisto gaminių savybes, kuriomis jie pasižymi. Vartotojai neturi būti klaidinami pateiktos informacijos. Kitaip tariant, jie turi teisę apie maisto produktus gauti teisingą ir objektyvią informaciją.

Penktojo įstatymo straipsnio teiginiai savo turiniu iš esmės sutampa su minimais Reklamos įstatyme, tačiau Reklamos įstatymas kalba apie vartotojų neklaidinimą pateikiant informaciją konkrečiai reklamos priemonėmis, o Maisto įstatymas apima visą informaciją apie maisto produktus. Žinoma, informaciją pardavimo vietose ir ant pakuočių suvokiant kaip rinkodaros veiksmus, o ne kaip vartotojų informavimą, Reklamos įstatymo teiginiai iš esmės apimtų ir kito pobūdžio informaciją, nei vien aktyvi reklaminių teiginių sklaida. Visgi, laikantis požiūrio, kad ant maisto produktų pakuočių ir pardavimo vietose skelbiama vartotojams būtina informacija atlieka

virtotojų apsaugos ir jų sprendimų objektyvumo paramos funkcijas, Maisto įstatymo straipsnis, reglamentuojantis virtotojų informavimo reikalavimus, yra reikalingas komercinės veiklos subjektų įpareigojimų sukonkretinimui.

Apibendrinant išnaginėtų įstatymų teisės į informaciją aprėptį, galima teigti, jog virtotojų teisę į informaciją įgyvendina ir gina nemažai skirtingų įstatymų, reglamentuojančių skirtingus šios teisės aspektus.

Civilinis Kodeksas reglamentuoja virtotojų teisę gauti visą objektyvią ir teisingą informaciją, kuria remdamiesi virtotojai galėtų priimti racionalius sprendimus ir sudaryti sandorius, teisę į tikslią ir neklaidinančią informaciją reklamose, teisę į išsamią informaciją apie produktus jų pardavimo vietose. Taigi išskiriami pagrindiniai teisės į informaciją komponentai – sprendimui priimti būtina informacija, informacijos teisingumas ir informacijos išsamumas.

Virtotojų teisių apsaugos įstatymas išskiria virtotojų teisę į švietimą (virtotojo teisė žinoti savo teises ir galimybes jas ginti), teisę gauti informaciją apie prekes ir paslaugas jų pardavimo vietose (šis punktas numatytas ir Civiliniame Kodekse) ir teisę gauti tikslią ir nemelagingą informaciją. Taigi reglamentuojami iš esmės tie patys teisės į informaciją turinio elementai, kaip ir Civiliniame Kodekse Sprendimui priimti reikalinga informacija, informacijos teisingumas), bet pridedama virtotojų edukacijos teisė (teisė būti šviečiamam apie savo, kaip virtotojo, teises).

Produktų saugos įstatymas, kaip teigia pats įstatymo pavadinimas, reglamentuoja virtotojų teisę žinoti, kiek saugūs yra jų vartojami produktai, t.y. su kokia rizika virtotojai susiduria vartodami produktus.

Reklamos įstatymas koncentruojasi į informaciją ir teiginius, komercinių subjektų pateikiamus reklamoje. Kalbant apie virtotojų klaidinimą, viena opiausių problemų yra užsakomieji straipsniai. Yra įstatyminis įpareigojimas, reikalaujantis atitinkamo reklamos išskyrimo ar pažymėjimo, tačiau ribą, kada informacijos pateikimas yra reklama, o kada – įprastinis straipsnis, nustatyti yra sudėtinga. Virtotojas turi teisę gauti objektyvią informaciją, o jei informacija nėra objektyvi, bet paremta reklaminiais teiginiais, virtotojas apie tai turi būti informuojamas. Visgi, ši tema yra labiau žurnalistinės etikos, nei virtotojų informacinių teisių apsaugos klausimas. Net smulkiausiu šriftu išskirta reklama (ar ženklėjimas, kad pateikta informacija yra reklama) įteisina reklaminę informacijos formatą. Kaip bebūtų, žurnalistų pareiga yra rašyti teisingą, sąžiningą, nešališką informaciją, todėl informacinių straipsnių, kurie turi aiškų užsakovą ir komercinį tikslą, neturėtų būti.

Virtotojų teisės į informaciją sritis Nesąžiningos komercinės veiklos virtotojams draudimo įstatyme yra dvejopos – teisė gauti tikslią, neklaidinančią informaciją bei teisė gauti pilną, išsamią informaciją. Iš vienos pusės, šį įstatymą galima laikyti dideliu žingsniu suvienodinant Europos

Sjungos šalių narių įstatymus vartotojų teisių apsaugo srityje bei svarbiu dokumentu, skirtu komercinei veiklai, tiesiogiai susijusiai su įtaka vartotojų sprendimams sudaryti sandorį dėl produktų. Iš kitos pusės, įstatymas „nesukūrė“ nieko naujo vartotojų ir pardavėjų santykiuose. Tiksliau, įstatymas apibrėžė nesąžiningos komercinės veiklos apribojimus komercinės veiklos subjektams, taip sukurdamas įpareigojimus dėl informacijos teikimo vartotojams, o ne tiesiogiai akcentuodamas vartotojų teisę į informaciją. Įstatyme taip pat sukonkretinama vidutinio vartotojo sąvoka, kuri, nors iš esmės, buvo apibrėžta Reklamos įstatyme, tačiau Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatyme buvo konkretizuota.

Alkoholio ir Tabako kontrolės įstatymai labiau koncentruojasi į šių specifinių produktų saugumą, bendrus reikalavimus, o informacines vartotojų teises paliečia tik abstrakčiai – iš esmės tiek kiek tai reikalinga informuoti vartotojus apie minėtų produktų daromą žalą. Vartotojo teisė į informaciją dar paliečiama tuo aspektu, jog nepaisant visų prevencinių pastangų apsaugoti vartotojus nuo informacijos apie alkoholį ir tabaką (dėl minėtų produktų žalos sveikatai), vartotojai turi teisę gauti informaciją, nes tabakas ir alkoholis visgi yra produktai, kurie yra išdėstomi prekybos vietose. Taigi vartotojas dėl to paties saugumo taip pat turi gauti informaciją prekybos vietoje.

Maisto, Šilumos ūkio, Turizmo, Genetiškai modifikuotų produktų ar Energetikos įstatymai apima siauras sritis ir kalba apie konkrečių prekių ar paslaugų vartotojų teises. Juose vartotojų teisė į informaciją yra „įrėmintą“ tų paslaugų ar prekių konteksto rėmuose. Viena vertus, šie įstatymai puikiai atlieka (teoriškai) savo funkcijas ir nepretenduoja į bendrą platų vartotojų informacinių teisių padengimą. Tai yra Vartotojų teisių apsaugos, Reklamos ir Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymų reglamentavimo sritis. Kita vertus, pavyzdžiui, Maisto įstatymas galėtų plačiau apimti tokią sritį, kaip produktų paruošimo ar gamybos procesas ir jame naudojamos medžiagos ir technologijos.

4. INFORMACIJOS PATEIKIMAS ANT VARŠKĖS SŪRELIŲ PAKUOČIŲ: TYRIMAS

Šiame skyriuje informacijos pateikimas vartotojams, nagrinėjamas atliekant tyrimą, tirianti informacijos pateikimo atitikimą nustatytoms taisyklėms ir normoms. Skyriuje analizuojami atlikto tyrimo duomenys, padedantys atskleisti praktinius teisės į informaciją įgyvendinimo ir gynimo aspektus, pasirinktos produktų rūšies (varškės sūrelių) pakuočių informacijos pateikimą. Skyriuje taip pat analizuojamos skirtingais įstatymais apibrėžiamos vartotojų informacinės teisės, įstatyminis informacinių teisių padengimas.

Tyrimo problema ir objektas. Maisto produktai – viena svarbiausių, jautriausių ir labiausiai susijusių su vartotojų saugumu bei sveikata produktų grupių. Apskritai vartotojai turi teisę įsigyti tinkamos kokybės, saugius produktus, gauti teisingą informaciją apie produktus, savo teises, jų įgyvendinimo ir gynimo tvarką. Taigi vartotojų teisė į informaciją yra įgyvendinama teikiant jam informaciją apie produktus ir bendrą informaciją, reikalingą užtikrinti jo teisių gynimą. Informacijos apie produktus pateikimas, remiantis antruoju darbo skyriumi, reiškia, kad vartotojui turi būti pateikiama informacija apie produktus, kuria remdamasis jis ne tik galėtų išsirinkti geriausiai jo poreikius patenkinantį variantą, bet ir priimti racionalų sprendimą, kuris būtų įtakojamas teisingos informacijos. Taigi vartotojui pateikiamos informacijos kriterijai yra: išsami, teisinga ir leidžianti palyginti informacija.

Perkant bet kokį maisto produktą, pagrindiniai informaciniai šaltiniai yra reklama ir produkto pakuotė. Reklama yra akivaizdžiai komercinių tikslų įtakojama informacinė medžiaga, kurios pagrindiniai tikslai paprastai būna pardavimų skatinimas, naujų produktų įvedimas į rinką ir pan. T.y. informacijos turinio įtaka paprastai yra suinteresuoti reklamos davėjai, o reklamą kontroliuojančios institucijos stebi galimus pažeidimus ir *labiau* kontroliuoja, kad reklama atitiktų būtent reklamai taikomus reikalavimus, o ne reikalavimus pateikti kuo daugiau objektyvios informacijos, reikalingos racionaliems vartotojo sprendimams. Tuo tarpu kalbant apie maisto prekių pakuotę, ši informacija yra esminė ir yra bene vienintelis informacijos šaltinis pardavimo vietoje. Kitaip tariant, vartotojas pirmiausia apžiūrėjęs prekę, perskaitęs informaciją, pateiktą kainų ir ženklavimo etiketėje, išsiaiškinęs apie vartojimo trukmę, laikymo sąlygas, prekės sudėtį, įgyja teorinę galimybę teisingai nuspręsti ir nusipirkti tinkamą prekę.

Iš pirmo žvilgsnio reikalavimai maisto produktų ženklavimui atrodo sudėtingai. Visgi, logiška, kad savo srities specialistai arba subjektai veikiantys konkrečioje srityje turi žinoti tos srities produktams keliamus reikalavimus, apribojimus, įstatyminius rėmus, standartus, etikos normas,

kodeksus ir t.t. Tikėtina ir natūralu iš produktų gamintojų laukti tikslios ir visapusiškos informacijos, nes jos pateikimas turi būti gamintojų kasdieninės veikos dalis.

Iš kitos pusės, motyvuojantis faktorius pateikti kuo daugiau ir kuo naudingesnės informacijos turėtų kilti ne iš privalomo reikalavimo ar pareigos, o iš noro patenkinti vartotojus, vykdyti skaidrią veiklą ir būti socialiai atsakinga organizacija.

Siekiant išsiaiškinti esamą vartotojų teisės į informaciją apsaugos ir gynimo situaciją Lietuvoje, pasirinktas produktų rūšies pakuotėse informacijos pateikimo tyrimas. Tyrimui atlikti pasirinkta maisto produktų grupė – varškės sūreliai, gaminami Lietuvos ir užsienio gamintojų ir esantys Lietuvos rinkoje. Sūreliai pasirinkti dėl didelio skirtingų rūšių ir to paties gamintojo skirtingų sūrelių serijų skaičiaus pasirinkimo galimybės bei dėl to, kad šis produktas yra greitai gendantis. Jo laikymo sąlygos yra specifinės (pavyzdžiui, reikalingas tam tikros temperatūros palaikymas).

Tyrimo tikslas. Nustatyti, ar ant pasirinktos rūšies skirtingų gamintojų produktų – varškės sūrelių – pakuočių pateikta informacija atitinka vartotojams būtinos suteikti informacijos kriterijus, nustatytus įstatymų bei prieinamumo prie pateikiamos informacijos kriterijus.

Tyrimo uždaviniai:

1. Ištirti pasirinktų produktų pakuotę ir ženklumą.
2. Nustatyti, ar pateikta informacija atitinka tokios informacijos pateikimo kriterijus:
 - Išsamumą.
 - Teisingumą.
 - Galimybę palyginti.
3. Nustatyti, ar vartotojams yra suteiktos visos galimybės prieiti prie pateikiamos informacijos, ar nesudaromi sunkumai ir barjerai.

Tyrimo metodai. Pasirinktas tyrimo metodas pagal duomenų rinkimą – kiekybinis. Pagal pobūdį – aprašomasis. Laiko atžvilgiu (pagal matavimo dažnumą) – tyrimas vienkartinis.

Tyrimas atliktas įsigijant pasirinktos rūšies produktų – varškės sūrelių – pavyzdžius, analizuojant šių produktų pakuotes, lyginant jas tarpusavyje.

Tyrimo metu, nagrinėjant pateikiamą ant pakuočių informaciją, remiamasi pagrindiniais vartotojų teisės į informaciją turinio elementais – informacijos, reikalingos sužinoti, koks tai produktas (produkto informacija), jos išsamumo (galimybė teisingai palyginti ir priimti informacija paremtą sprendimą) ir teisingumo (neklaidinimas, informacijos neslėpimas). Išsamia informacija, vertinant produktų pakuotes, bus laikoma tokia informacija, kurios pakanka įvertinti produkto informaciją, ją palyginti su kitų tos pačios rūšies produktų informacija, priimti tokia informacija paremtą sprendimą. Teisinga informacija – informacija, kurios nei viena dalis nėra nuslėpta, o pati informacija neklaidina vartotojų.

Produktų ženklimą Lietuvoje nustato gausybė įvairių aktų ir dokumentų. Maisto produktai turi būti ženklinami pagal Lietuvos higienos normos HN 119: 2002 „Maisto produktų ženklimas“ [36] bei Lietuvos Respublikoje parduodamų daiktų (prekių) ženklavimo ir kainų nurodymo taisyklės [25]. Remiantis šiomis taisyklėmis, ant varškės sūrelių pateikta informacija bus nagrinėjama, naudojantis šiais kriterijais:

1. Produkto pavadinimas (bus analizuojamas pats informacijos pateikimo faktas).
2. Produkto sudėtis (sudedamosios dalys) (bus analizuojamas pats informacijos pateikimo faktas. Sudėties informacijai yra įvairūs specifiniai reikalavimai, tačiau juos tirti netikslinga, dėl galimybės ištirti produktų sudėtį ir ją palyginti su pateikiama ant pakuočių nebuvimo. Taip pat analizuojamas informacijos prieinamumas, aiškumas, matomumas).
3. Sudedamųjų dalių kiekis (kaip ir produkto sudėties informacija, analizuojamas tik pateikimo faktas, dėl patikrinimo sudėtingumo).
4. Minimalus tinkamumo vartoti terminas (analizuojamas informacijos pateikimo faktas, pateikimo vieta ir jos pozicija numatyto šiai informacijai lauko atžvilgiu, aiškumas ir matomumas).
5. Laikymo ar vartojimo sąlygos (kadangi vartojimo sąlygos nėra būtinos konkrečiam produktui, tiriamas laikymo sąlygų pateikimo faktas bei vartojimo sąlygų pateikimas kaip privalumas).
6. Gamintojo pavadinimas (bus analizuojamas pats informacijos pateikimo faktas).
7. Gamintojo adresas (jei prekė pagaminta Lietuvoje) (bus analizuojamas pats informacijos pateikimo faktas).
8. Šalis, kurioje registruota gamintojo buveinė (jei prekė importuota) (bus analizuojamas pats informacijos pateikimo faktas).
9. Importuotojo pavadinimas ar prekės ženklas ir adresas (jei prekė importuota) (bus analizuojamas pats informacijos pateikimo faktas).

Remiantis šiais privalomais kriterijais, bus analizuojama ne tik pagal juos reikalingos informacijos kiekis, tačiau ir jos pateikimo kokybė. Informacijos pateikimo kokybė – ne vien pats informacijos pateikimo faktas, tačiau ir sąlygų vartotojams sudarymas lengvai pasiekti visą jam būtiną informaciją, jos pateikimas logiškai, akivaizdžiai, nesudarant sunkumų ar papildomų ieškojimų.

Atliekant tyrimą informacija apie kilmės vietą (nesant tokiai informacijai, pirkėjas gali būti klaidinamas, tačiau tai labiau galioja produktams, kurie dėl savo prigimties (pavyzdžiui, daržovės) gali būti laikomi pagamintais (ar užsaugintais) vietoje, tačiau būti importuoti, taigi kalbant apie

varškės sūrelius, tai nėra esminis faktorius), grynąjį kiekį (ši sąlyga galioja produktams, kurie parduodami sufasuoti skystyje ir pan.) nebus nagrinėjama.

Pasirinkti produktai bus nagrinėjami pagal aukščiau minėtus privalomus kriterijus maisto produktams. Minėti kriterijai taip pat surašyti į lentelę Priede nr. 1, kurioje pažymima, ar yra pateikta pagal įstatymus reikalinga informacija ant konkretaus produkto pakuotės. Jei ji yra, langelis pažymimas „v“. Jei informacijos nėra, žymima „x“. Jei informacija nėra būtina (pavyzdžiui, produktas yra pagamintas Lietuvoje, todėl nebūtina Lietuvos pavadinimo rašyti prie gamintojo ir prie prekės kilmės šalies), žymima „-“. Jei informacija yra, tačiau ji yra nepilna, nevisapusiška, jos pateikimas netikslus ar probleminis, žymima „?“ . Galima teigti, jog į lentelę bus kaupiami tik kiekybiniai duomenys, t.y. lentelė bus naudojama tik kaip nuorodiniu įrankiu, kuriuo remiantis vėliau bus daromos išvados (remiamasi lentelė bus tais atvejais, kai ženklu „?“ pažymima bet kuri lentelės skiltis).

Nors informacijai, pateikiamai ant pakuočių yra keliami ir specifiniai reikalavimai (pavyzdžiui, jei maisto produktas yra pagamintas, jo sudėtyje naudojant Produktų ženklinimo taisyklėse pažymėtas medžiagas, apie tai turi būti paženklinta ant pakuotės: supakuota naudojant apsaugines dujas, su saldikliu (saldikliais) ir pan.), tačiau sudėtinga nustatyti, kokie produktai yra naudojami iš tikrųjų. Daroma prielaida, kad gamintojai nemeluoja ir pateikia tikslią informaciją. Tyrimo metu bus tiriama pati tokios informacijos pateikimo tikslumas, išsamumas bei informacijos prieinamumas.

Tyrimo hipotezės:

1. Vartotojams ant maisto prekių pakuočių pateikiama pagal įstatymus reikalinga informacija ne visada yra lengvai prieinama (pvz., neįskaitoma).
2. Visi arba dauguma pasirinkto produkto gamintojų ant pakuočių pateikia informaciją, atitinkančią nustatytas taisykles.
3. Pateikiant informaciją ant pakuočių, pasitaiko smulkių pažeidimų, kurių neleistinumo prigimtis yra ginčytina (pavyzdžiui, reikalinga pagal įstatymus informacija yra, tačiau ji sunkiai surandama arba pateikta neaiškiai, vizualiai iškraipytai ar pan.).

Tyrimo imtis. Tyrimo objektu pasirinkta produktų grupė dėl galimybės objektyviai palyginti tos pačios rūšies, tačiau skirtingų gamintojų produktus ir ant jų pateikiamą informaciją. Pasirinktas tyrimo objektas – varškės sūreliai. Tyrimo imtis – rinkoje tyrimo metu didžiausiuose mažmeninės prekybos centruose („Iki“, „Maxima“, „Rimi“, „Norfa“, remiantis Konkurencijos tarybos 2007 metų duomenimis [13]) parduodami varškės sūreliai (kurie yra identifikuojami paties gamintojo, o ne prekybininko, užrašu „varškės sūrelis“).

Tyrimo imties pasirinkimas gali būti argumentuojamas siekiu tirti informacijos pateikimą iš vartotojo pozicijų. T.y. tirti tuos produktus, kuriuos vartotojas gali pasiekti tuo metu esančiuose

didžiausiuose prekybos tinklų centruose. Daroma prielaida, kad, jei konkrečių kompanijų gaminami varškės sūreliai yra parduodami minėtuose tinkluose, jų taip pat bus ir mažose, tinklams nepriklausančiose parduotuvėse.

Pasirinkti tik didieji prekybos tinklai todėl, kad daroma prielaida, jog jų asortimento užsakymas yra pastovus. Be to, tokie tinklai turi geresnes galimybes turėti platų prekių asortimentą, didelę skirtingų gamintojų produkcijos įvairovę.

Minėtuose prekybos centruose buvo įsigyti šių gamintojų varškės sūreliai:

1. AB „Pieno žvaigždės“ (Lietuva) („jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir kapučino skonio priedu“, „jo – glaistytas sūrelis su sausainiu ir braškėmis“, „jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir juodųjų serbentų įdaru“, „jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir karameliniu įdaru“, „Jonukas glaistytas varškės sūrelis su avietėmis ir kakavos priedais su baltuoju glaistu“, „Jonukas glaistytas varškės sūrelis su kakava ir kakavos priedais“, „Jonukas glaistytas varškės sūrelis su saldainiais“, „Jonukas glaistytas varškės sūrelis su aguonomis“, „Tikrojo skonio Mūsų saldus varškės sūrelis su abrikosais“, „Rytas varškės sūrelis su vanile“, „Rytas varškės sūrelis su razinomis“, „Laumės juosta glaistytas varškės sūrelis su vanilinu“, „Miau glaistytas varškės sūrelis su kakava“, „Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su braškėmis“, „Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su vanilinu“, „Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su triufelių įdaru“).
2. AB „Žemaitijos pienas“ (Lietuva) („Magė glaistytas vanilinis varškės sūrelis“, „Magis glaistytas vanilinis varškės sūrelis“, „Magija glaistytas varškės sūrelis su kriaušėmis – melionais“, „Magija PREMIUM su braškių įdaru“, „Magija PREMIUM plombyro skonio“, „Magija PREMIUM su kondensuoto pieno įdaru“, „Klasika Šokoladinė Magija glaistytas vanilinis varškės sūrelis“, „Šokoladinė Magija glaistytas varškės sūrelis su aguonomis“).
3. AB „Rokiškio pienas“ (Lietuva) („Rokiškio žaloji karvutė glaistytas varškės sūrelis su šokoladu“, „Visiems glaistytas sūrelis su braškių uogiene“, „Visiems glaistytas sūrelis vanilinis“, „Visiems glaistytas sūrelis su šokoladu“).
4. UAB „Uriga“ (Lietuva) („Glaistytas varškės sūrelis su vanilinu“, „Glaistytas varškės sūrelis su aguonomis ir vanilinu“).
5. AS „Tukuma piens“ (Latvija) („Premium vaniļas biezpiena gardums šokolādē“).
6. SIA „Rigas piensaimnieks“ (Latvija) („Karums varškės sūrelis“, „Karums varškės sūrelis su riešutais“, „Karums varškės sūrelis su šokoladiniais gabaliukais“).

Iš viso tyrimui įsigyti 34 varškės sūreliai (AB „Pieno žvaigždės“ – 16 produktų, AB „Žemaitijos pienas“ – 8 produktai, AB „Rokiškio pienas“ – 4 produktai, SIA „Rigas piensaimnieks“

– 3 produktai, UAB „Uriga“ – 2 produktai, AS „Tukuma piens“ – 1 produkts). Īsigyti tik tie produkti, ant kuriu pakuociu (o ne parduotuvu kainu etikeciu) parašyta „varškes sūreliis“ (o ne „desertas“ ar pan.).

Atliekant tyrimu produkti buvo īsigyti pasirinktuose maŷmeninēs prekybos tīnkluose pagal gamintojo pateikiamu produkto pavadinimu ir pardavējo pateiktu informaciju kainu etiketēse. Šiose etiketēse be kainos ir svorio, taip pat rašomas produkto pavadinimas. Buvo pasirinkti visi produkti, kuriuos pardavējas identifikuoja juos ŷenklindamas kaip „varškes sūreliis“. Tik vēliu paaīškējo, kad ŷi sāvoka gali būti skirtingai suvokiama gamintojo ir pardavējo. T.y. ne visi gaminiai, kuriuos pardavējas paŷymējo kaip „varškes sūreliis“, gamintojo buvo īvardijami taip pat. Pasitaikē 4 produkti, kuriuos gamintojas pavadinu „varškes desertais“. Jie buvo tyrimo eigoje atmesti, kaip nepatenkantys ī tyrimo imtī dēl savo rūšies. Paŷymētina tai, kad ju pakuotēse buvo gausiau informacijos pateikimo paŷeidimu nei varškes sūreliu pakuotēje.

Tyrimo periods. Tyrimas atliktas 2008 metu balandŷio 25 dienu, īsigyjant ir tiriant ŷiu laikotarpiu rinkoje esančius produktus – varškes sūreliis.

Produktu pakuociu analizē. „*jo glaistytas sūreliis su sausainiu ir kapuĉino skonio priedu*“. Sunkiai matosi gamintojo pavadinimas ir adresas. Norint suŷinoti ŷiā informaciju, gali būti, jog reikēs plēsti pakuotē. Ji nebūtū pradaroma, taĉiau būtū paŷeidŷiama. Gamintojo pavadinimas visgi yra pateiktas prie produkto pavadinimo, todēl problema yra tik su adresu. Informacijai apie galiojimo terminu yra īšķirtas atskiras laukelis, todēl ŷi informaciju aiŷkiai identifikuojama. Didesniu paŷeidimu ar ginĉytinu informacijos pateikimo būdu nēra (lentelē nr. 1, priedas nr. 1). Papildomai gamintojo īšryŷkinamas informaciju apie riebalu kiekī produkto sudētyje.

„*jo – glaistytas sūreliis su sausainiu ir braŷkēmis*“. Informaciju pateikiama taip pat, kaip ir ant „*jo glaistytas sūreliis su sausainiu ir kapuĉino skonio priedu*“ sūrelio pakuotēs.

„*jo glaistytas sūreliis su sausainiu ir juoduju serbentu idaru*“. Nors vizualinē produkto informaciju ant pakuotēs yra laikoma marketingo informaciju (reklama) ir nēra būtina bei apibrēŷta īstatymais, kyla klausimas, kada galima ju vadinti klaidinanĉia. AB „Pieno ŷvaigŷdēs“ gaminamo varškes sūrelio „*jo glaistytas sūreliis su sausainiu ir juoduju serbentu idaru*“ pakuotē yra papuoŷta perpjauto sūrelio vaizdu. Vadinasi, taip vartotojui yra suteikiama informaciju, apie viduje esanti produktā. T.y. sukuriama vartotojo lūkesĉiai ir jam yra „pasakoma“, kad pakuotēs viduje jis ras būtent tokī produktā, koks pavaizduotas ant pakuotēs (pav. nr. 1, priedas nr. 2). Visgi, perpjovus īspakuotā sūrelī, jo vaizdas skiriasi nuo pateiktojo ant pakuotēs (ne kardinaliai, taĉiau neatitinka tikrojo) (pav. nr. 2, priedas nr. 2).

Īŷkyla etinis klausimas, kiek ir kaip gali vartotojā klaidinti gamintojas, vaizduodamas produktā. Ši sritis kol kas nēra precedentinē ir nēra reglamentuojama īstatymais, taĉiau yra vartotoju teisiu apsaugos objektas.

Visa kita informacija pagal tyrimo analizės punktus, pagal jos pateikimą vartotojui yra tapati aukščiau minėtų (tos pačios „jo“ serijos) sūrelių pakuočių informacijai.

„*jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir karameliniu įdaru*“. Aukščiau minėta problema dėl vizualinio produkto pateikimo ant pakuotės ir paties produkto neatitikimo taip pat galioja ir šiam sūreliui, tačiau neabejotinai gali būti pritaikyta gausybei kitų rūšių maisto produktams esantiems rinkoje.

Visa kita informacija pagal tyrimo analizės punktus, pagal jos pateikimą vartotojui yra tapati aukščiau minėtų sūrelių pakuočių informacijai.

„*Jonukas glaistytas varškės sūrelis su avietėmis ir kakavos priedais su baltuoju glaistu*“, „*Jonukas glaistytas varškės sūrelis su kakava ir kakavos priedais*“, „*Jonukas glaistytas varškės sūrelis su saldainiais*“, „*Jonukas glaistytas varškės sūrelis su aguonomis*“ varškės sūrelių pakuotėse pateikiama informacija yra pakankamai išsami, nėra didesnių pažeidimų ar ginčytinų informacijos pateikimo būdų.

Įdomu tai, kad nors „jo“ bei „Jonuko“ grupės varškės sūreliai yra gaminami tos pačios įmonės (AB „Pieno žaigždės“), informacijos pateikimas ant šių produktų skiriasi. Ant pastarųjų gaminių pakuočių įmonės pavadinimas ir adresas yra pateiktas patogiau, t.y. pakuotės ardyti nebūtina, norint šią informaciją pamatyti. Taip pat pateikiamas papildoma informacija apie riebalų kiekį produkte.

„*Tikrojo skonio Mūsų saldus varškės sūrelis su abrikosais*“. Produkto informacijos pažeidimų nėra.

Informacija apie produkto galiojimo terminą pateikiama ne šalia užrašo „galioja iki“, o bet kurioje pakuotės vietoje (terminas yra spaudinamas atskirai). T.y. gamintojas nenumatė specialios vietos, kurioje būtų spausdinama galiojimo data (arba numatė, bet nenumatė spausdinimo priemonių, kurios leistų datą ženklinti nustatytoje vietoje). Data yra randama, tačiau jos vieta, kurią galima numatė gamintojas yra pasikeitusi. Tai nėra pažeidimas, nes data nenuslėpta, be to, gamintojas informuoja vartotojus apie galimą termino vietą teigdamas, kad datą reikia žiūrėti ant pakuotės. Visgi, vartotojas yra apsunkinamas informacijos paieška, kai tokią informaciją galima pateikti patogiai.

„*Rytas varškės sūrelis su razinomis*“. Varškės sūrelis yra įpakuotas popierinėje pakuotėje, kuri yra supakuota į skaidrią plastikinę pakuotę (apsaugant pirminę pakuotę ir patį produktą). Pirminė pakuotė, dėl produkto mikštos formos yra apsiglamžiusi (to išvengti dėl produkto konsistencijos ir mikštumo praktiškai neįmanoma), todėl informacija apie produkto sudėtį matosi nepilnai (pav. nr. 3, priedas nr. 2). Nors ši informacija atitinka jos pateikimo reikalavimus turiniui, visgi, ji ant pakuotės yra išdėstyta taip, kad norėdamas ją peržiūrėti, vartotojas turi atidaryti plastikinę pakuotę – išpakuoti produktą. Tai reiškia, kad vartotojas negali įvertinti informacijos apie sudėtį iki produkto pirkimo ar vartojimo. Tokios informacijos pateikimas yra būtinas pagal

įstatymus. Informacija yra pateikta, tačiau apsunkintas jos pasiekiamumas vartotojui. Taigi, sunkiai matoma produkto sudėtis, laikymo sąlygos.

Papildomai pateikiama informacija apie riebalų kiekį, yra perdirbimo galimybių ženklavimas.

„*Rytas varškės sūrelis su vanile*“. Kadangi sūrelis to pačio gamintojo ir serijos („Rytas“), susiduria su tomis pačiomis informacijos pateikimo dėl netobulos pakuotės problemomis. Visgi, dėl skirtingos sudėties nuo prieš tai minėto produkto, pasikeičia informacijos išdėstymas, todėl šio sūrelio sudėtis yra sunkiai matoma (dalis paslėpta dėl pakuotės), tačiau pakankamai aiškiai matosi produkto laikymo sąlygos.

Taip pat pateikiamas analogiška informacija apie riebalus ir perdirbimo galimybes.

„*Laumės juosta glaistytas varškės sūrelis su vanilinu*“. Informacija pateikta tinkamai ir jos nenuslepiančios. Pažeidimų ar ginčytinų informacijos pateikimo būdų nėra (lentelė. nr. 1, priedas nr. 1). Papildomai pateikiama informacija apie riebalų kiekį.

„*Miau glaistytas varškės sūrelis su kakava*“. Informacija pagal reikalavimus yra pateikta, tačiau iškyta problemos dėl jos įkomponavimo dizaino atžvilgiu. T.y. dėl foninio paveikslėlio margumo, nesimato gamintojo adreso.

Dėl mažo produkto dydžio, atsiranda problemų norint sužinoti informaciją apie sudėtį. Nors pakuotės plėšti, kaip kai kuriuose anksčiau minėtuose produktuose, nereikia, tačiau sūrelis dėl savo dydžio, peržiūrint informaciją yra stipriai spaudžiamas, todėl atsiranda tikimybė pakeisti pradinę jo prekinę išvaizdą.

„*Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su braškėmis*“. Šio sūrelio pakuotė yra padaryta taip, kad vartotojui būtina informacija (produkto sudedamosios dalys) negali būti perskaityta. T.y. pakuotės dalis, ant kurios yra dedami klizai, kad prie šios dalies būtų galima priklijuoti kitą, yra dalis talpinanti minėtą informaciją. Norėdamas perskaityti produkto informaciją, vartotojas turi dalinai pažeisti produkto pakuotę. Ji lieka sandari, tačiau sunaikinama dalis informacijos apie produktą. T.y. norėdamas pamatyti minėtą informaciją, vartotojas turi pažeisti produkto pakuotę (pav. nr. 4 pateiktas vaizdas nepažeidus pakuotės, pav. nr. 5. – pažeidus; priedas nr. 2). Ji nėra pažeidžiama tiek, kad taptų nesandari, tačiau atsiranda galimybė, kad stengiantis pažiūrėti norimą informaciją, pakuotė bus galutinai atidaryta. Pagrindinė problema ta, jog pakuotės sandarinimo klizai yra pilami ant informacinio teksto. Norint tekstą perskaityti ir ardant pakuotę, pažeidžiami pakuotės dažai ir tekstas sugadinamas. Taigi, gamintojas nepasirūpino, kad informacija apie produktą būtų lengvai pasiekiamą vartotojui.

Dėl dizaino (foninio paveikslėlio) nesimato pilnos produkto sudėties. Ant pakuotės pateikiama papildoma informacija apie riebalų kiekį.

„*Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su vanilinu*“. Galiojimo terminas yra pateiktas ne vienoje vietoje, o ant pakuotės (spausdinant atskirai), tačiau tai nėra didelė problema, nes

gamintojas nurodo, kad datos reikia ieškoti ant pakuotės.

Pažeidimų ar ginčytinų informacijos pateikimo būdų nėra (lentelė nr. 1, priedas nr. 1). Papildomai pateikiama informacija apie riebalų kiekį.

„*Nykštukas glaištytas varškės sūrelis su triufelių įdaru*“. Dėl produkto dizaino ypatybių (margo foninio paveikslėlio) nesimato dalies produkto sudėties, sudedamųjų dalių kiekių. Yra pateikta papildoma informacija apie produkto sudėtyje esančius riebalus.

„*Magė glaištytas vanilinis varškės sūrelis*“. Produkto sudėtis yra paženklinta toje vietoje, kur pilami klijai, siekiant suklijuoti pakuotę fasuojant produktą. Norint sužinoti produkto sudėtį, reikia plėšti dalį pakuotės (jos visiškai nepraardant).

Ant pakuotės pateikiama papildoma informacija apie riebalų kiekį.

„*Magis glaištytas vanilinis varškės sūrelis*“. Nors šis sūrelis yra tos pačios serijos kaip ir „*Magė glaištytas vanilinis varškės sūrelis*“, yra minimalių informacijos pateikimo ant pakuotės skirtumų. Produkto sudėtis yra pateikiama ne ant vietų, ant kurių pilami klijai, todėl pakuotės ardyti nereikia. Kaip ir ant aukščiau minėto produkto pakuotės, čia vartotojui suteikiama papildoma informacija apie riebalų kiekį.

„*Magija glaištytas varškės sūrelis su kriaušėmis – melionais*“. Informaciją apie produkto sudėtį sunku perskaityti, todėl reikia plėšti dalį pakuotės (informacija yra dalinai paslėpta po pakuotės dalimi). Papildomai pateikiama informacija apie riebalus.

Sūreliai „*Magija PREMIUM su braškių įdaru*“, „*Magija PREMIUM plombyro skonio*“ ir „*Magija PREMIUM su kondensuoto pieno įdaru*“ yra tos pačios serijos gaminiai, todėl nagrinėjant ant jų pakuočių pateiktą informaciją, susidurta su tokiomis pačiomis problemomis.

Produkto galiojimo terminui nėra išskirta konkretaus laukelio, todėl data yra spausdinama ant pakuotės ten, kur pavyksta ją atspausdinti, tai darant ne pakuočių spausdinimo metu. Pakuotė yra pagrinde juodos spalvos (kaip ir datos šriftas), todėl kyla problemos dėl įskaitomumo (pav. nr. 6, priedas nr. 2).

Dar viena problema – gamintojo adreso pateikimas. Norint gauti šią problemą gali kilti papildomų problemų, tačiau pakuotės ardyti nereikia. Informacija yra pasiekiamo, tačiau vartotojui pateikta nepatogiai (dalinai paslėpta po pakuotės dalimi).

„*Klasika Šokoladinė Magija glaištytas vanilinis varškės sūrelis*“. Ant pakuotės informacija pateikta po priklijuota pakuotės dalimi. Norint sužinoti produkto sudėties informaciją lietuvių kalba, užtenka šią dalį atlenkti, tačiau, jei reikalinga informacija užsienio kalbomis arba informacija apie gamintoją, reikia minėtą pakuotės dalį plėšti (pav. nr. 7 pateiktas vaizdas nepažeidus pakuotės, pav. nr. 8 – pažeidus; priedas nr. 2).

„*Šokoladinė Magija glaištytas varškės sūrelis su aguonomis*“. Norint sužinoti produkto sudėtį ir sudedamųjų dalių kiekius, reikia plėšti dalį pakuotės. Pakuotės ardyti nereikia, norint sužinoti

gamintojo adresą – ši informacija pasiekama atlenkiant tą dalį, kuri blokuoja priėjimą prie sudėties informacijos.

Pateikiama papildoma informacija apie riebalų kiekį.

„*Rokiškio žaloji karvutė glaistytas varškės sūrelis su šokoladu*“. Informacija apie gamintoją yra pilna ir išsami, atitinkanti įstatymų reikalavimus, tačiau ji yra pateikta tokiomis sąlygomis, kad yra sunkiai įskaitoma. T.y. pakuotės dizainui pasirinktos spalvos, kurių fone užrašas yra sunkiai matomas (pav. nr. 9, priedas nr. 2).

Ta pati problema su sudėties informacija. Tik šį kartą – tai akivaizdūs įstatymo pažeidimai. Dėl produkto pakuotės dizaino ypatybių (foninio paveikslėlio) gamintojo pateikta produkto sudedamųjų dalių bei jų kiekių informacija yra visiškai neįskaitoma (ne visi žodžiai, bet didelė jos dalis).

Problematisškas datos pateikimas – ji yra išspausdinta ant produkto pavadinimo, todėl yra beveik neįskaitoma.

„*Visiems glaistytas sūrelis su šokoladu*“. Sudėtinga pamatyti gamintojo adresą. Tam reikia papildomai atlenkinėti pakuotės dalį, tačiau jos plėšti ar ardyti nebūtina.

Informacija apie produkto galiojimą yra išspausdinta ant produkto pavadinimo. Tai sukelia sunkumų ne tik tiksliai sužinoti gamintoją, tačiau ir nustatyti galiojimo datą (pav. nr. 10, priedas nr. 2).

Galiojimo terminui turėtų būti numatytas specialus laukas. Visgi, ant pakuotės yra pateikta informacija, kad galiojimo terminas turi būti ieškomas ant pakuotės.

Didesnių pažeidimų nėra, papildomai pateikiama informacija apie riebalų kiekį.

„*Visiems glaistytas sūrelis su braškių uogiene*“ ir „*Visiems glaistytas sūrelis vanilinis*“ sūreliams galioja tos pačios problemos kaip ir aukščiau minėtam produktui. Galiojimo data yra išspausdinta ant produkto pavadinimo. Tai leidžia daryti prielaidą, kad visi šio gamintojo, minėtų rūšių sūreliai gali būti paženklinti tokiu būdu. Galiojimo termino informacijos pateikimas ant produkto pavadinimo sukelia problemų vartotojams, turintiems teisę į aiškų tokios informacijos prieinamumą.

„*Glaistytas varškės sūrelis su vanilinu*“ ir „*Glaistytas varškės sūrelis su aguonomis ir vanilinu*“ pakuotėmis beveik nesiskiria, todėl abiem produktams galioja tos pačios pastabos.

Šių varškės sūrelių pakuotė, dėl pateikiamos informacijos turinio ir teisingumo abejonių nekelia. Problema atsiranda dėl tos informacijos išdėstymo. Informacija apie produkto gamintojo adresą pateikiama taip, kad ją vartotojas tiksliai pažiūrėti gali tik pradėjęs pakuoti produktą (padaręs produkto pakuotę nesandarią) (pav. nr. 11 pateiktas neišpakuotas produktas, pav. nr. 12 pateiktas pradėtas pakuoti produktas; priedas nr. 2). Yra galimybė, kad pakavimo metu ši informacija bus padaryta matoma, tačiau galima teigti, kad pakuotė turi trūkumų, dėl kurių vartotojui pardavimo

vietoje yra sudėtinga sužinoti gamintojo adresą neišpakaus produkto. Žinoma, informacija apie gamintoją nėra tokia svarbi, kaip apie produktų sudėtį, alergenus, vartotojų saugumą ar pan. Be to, paprastai ji būtų reikalinga retais atvejais (pavyzdžiui, kai vartotojas produktą renkasi tik pagal gamintoją arba žinodamas, kad konkretaus gamintojo kiti produktai yra prasto kokybės, nesaugūs, kenksmingi ar pan.), tačiau tokia informacija yra būtina, o vartotojui neturi kilti problemų ją pasiekti pardavimo vietoje.

Vartojimo terminas nėra paženklintas tiksliai numatytoje vietoje. Visgi, pažymėta netoli nuo užrašo „galioja iki“, todėl didelės problemos nėra.

„Premium vaniļas biezpiena gardums šokolādē“. Ant produkto nėra aiškaus lietuviško pavadinimo, kuris paėmus į rankas pakuotę, iš karto leistų identifikuoti produkto paskirtį, rūšį. Pavadinimas parašytas latviškai. Lietuviškas užrašas yra, tačiau tik prie sudėties smulkiu šriftu.

Produkto sudėties informacijos dalis patenka į vietą, ant kurios yra pilami klijai, skirti pakuotei suklijuoti, todėl norint informaciją sužinoti, ne tik plėšiama pakuotė, tačiau atsiranda galimybė dalį informacijos prarasti nusitrinant dažams.

Sūrelių „Karums varškės sūrelis“ ir „Karums varškės sūrelis su riešutais“ pakuotės panašios. T.y. tiriant abiejų pakuočių informaciją, susidurta su ta pačia problema – sudėtinga perskaityti sudėties informaciją. Ši informacija yra išdėstyta taip, kad vartotojui yra apsunkinama prieiga prie sudėties informacijos – pakuotę reikia ardyti.

„Karums varškės sūrelis su šokoladiniais gabaliukais“. Šio sūrelio pakuotė taip pat nėra parengta be priekaištų. Susiduriama su aukščiau minėtomis problemomis. Visgi yra kita problema – pakuotės dizaino ypatybės, dėl kurių yra apsunkinamas gamintojo adreso įskaitomumas – foninis paveikslėlis margas, o ant foninio paveikslėlio patenka gamintojo adreso informacija (pav. nr. 13, priedas nr. 2).

Tyrimo rezultatų apibendrinimas.

Ypatingai didelių pažeidimų, apibendrinant produktų visumą, nepastebėta. Didžiausi informacijos pateikimo pažeidimai rasti „Nykštukas glaištytas varškės sūrelis su triufelių įdaru“ ir „Rokiškio žaloji karvutė glaištytas varškės sūrelis su šokoladu“ sūrelių pakuotėse – jos dėl foninio paveikslėlio dizaino (margumo) nepateikia informacijos aiškiai. Didelės dalies informacijos beveik arba visiškai neįmanoma perskaityti.

Dėl pakuotės fasavimo ypatybių su informacijos prieinamumo problema susiduria „Rytas varškės sūrelis su vanile“ ir „Rytas varškės sūrelis su razinomis“ teikiamą informaciją norintys gauti vartotojai. T.y. pakuotė yra taip sukurta, kad norint sužinoti būtiną informaciją, reikia pakuotę praardyti (padaryti nesandarią).

Daugumos kitų produktų problema – informacijos pateikimas taip, kad norint ją sužinoti, dalį pakuotės reikia plėšti. Sunku pasakyti, kiek tokį pakuotės nepilną ardymą toleruoja prekybos

centrai, kiti paradvėjai. Plėšiant pakuotę neretai prarandama dalis informacijos dėl dažų nusivalymo, atsiranda galimybės visiškai pažeisti pakuotę ir ją padaryti neandaria. Tai nėra neišsprendžiama problema, nes su ja susidūrė ne visi gamintojai. Jie akivaizdžiai rado būdų informaciją pateikti kitose vietose.

Kalbant apie gamintojus neišsprendusius minėtos problemos, kyla klausimas, ar toks informacijos pateikimas nėra vartotojų klaidinimas, ta prasme, kad jiems apsunkinamas priėjimas prie pilnos ir visapusiškos informacijos. Ar tai, kad vartotojas turi plėsti pakuotės dalį, norėdamas gauti išsamią informaciją nepažeidžia pardavėjo ir vartotojo teisių?

Kalbant apie vartotojų klaidinimą, tai nebuvo vienintelis probleminis klausimas. Nagrinėjant varškės sūrelių pakuotes, pastebėta, jog dvi iš jų pateikia galimą produkto vaizdą ant pačios pakuotės. Tai „*jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir karamelinu įdaru*“ ir „*jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir juodųjų serbentų įdaru*“ sūrelių pakuotės. Realus produkto vaizdas nuo pavaizduoto ant pakuotės skiriasi. Tai taip pat yra informacija skirta vartotojui ir ši informacija veikia jo ekonominį elgesį priimant sprendimą. Kadangi ši sritis įstatymais nėra reglamentuota, todėl sunku kalbėti, ar vartotojų teisės nėra pažeidžiamos (vartotojo teisė į teisingą informaciją, jo neklaidinant) ir kokių lygiu informacija neatitinka. Visgi, tai yra teisėti vartotojo lūkesčiai, kurie turi būti išpildyti.

Dar viena problema, pasitaikiusi produktų pakuočių ženklime – galiojimo termino pateikimas ne jam nustatytoje vietoje, o bet kur ant pakuotės. Kai kuriais atvejais, tai gali sukelti rimtų informacijos įskaitomumo problemų (pavyzdžiui galiojimo datą išspausdinus ant kito teksto, logotipų ar pan.). Lygiai taip pat, kaip ir su aukščiau minėtomis produkto sudėties galimo nuslėpimo problemomis, taip ir čia, problema yra nesunkiai išsprendžiama. Kai kurie gamintojai specialiai galiojimo termino pateikimui iškiria atskirą baltą langelį, kuriame informacija yra matoma aiškiai ir neklaidinant vartotojų.

Vartotojams suteikiamos galimybės racionaliai palyginti produktus (kainos ir svorio santykio atžvilgiu). Nors beveik visi produktai yra skirtingų svorių ir kainų, pardavėjai prekybos vietose pateikia nustatyto vieneto (kilogramo) kainas. Gamintojai taip pat aiškiai pateikia maistingumo informaciją, kuri nėra privaloma, ant pakuotės. Taip pat aiškiai identifikuojama irgi neprivaloma informacija apie riebalų kiekį produkto sudėtyje (tą daro beveik visi gamintojai, kurių produktų pakuotės analizuotos tyrimo metu).

AB „Pieno žvaigždės“ gaminių tyrimo metu pasirinkta daugiausiai – 16. Šis gamintojas rinkoje pateikia kelių skirtingų serijų varškės sūrelius („Jo“, „Jonukas“, „Rytas“, „Miau“, „Nykštukas“ ir „Laumės juosta“), todėl natūralu, kad šių produktų pakuotės skiriasi dydžiu, dizaino elementais, informacijos išdėstymu. Skirtingų serijų sūrelių pakuotėse pateikiamos informacijos tikslumas ir išsamumas taip pat skirtingas. Pavyzdžiui, „Jonuko“ serijos sūrelių pakuotėje

nepastebėta jokių informacijos pateikimo pažeidimų, tuo tarpu, su įvairiomis problemomis vartotojai gali susidurti norėdami sužinoti produkto informaciją ant „Ryto“, „Jo“, „Miau“ bei „Nykštuko“ serijų gaminių pakuočių. Šiuo atžvilgiu stebina AB „Žemaitijos pienas“, kurio net tos pačios serijos („Magė“ ir „Magis“) sūreliai, kurių pakuotės dizaino elementai beveik vienodi, skirtingai pateikia produkto informaciją, jos išdėstymą.

Bene didžiausi pažeidimai – AB „Rokiškio pieno“ produkcijos pakuotėse. Šio gamintojo „Žaliosios karvutės“ ir „Visiems“ serijos sūreliai dėl įvairiausių pažeidimų prasčiausiai informuoja vartotojus, labiau orientuojasi į dizainą, pakuotės margumą, o ne į kokybišką, lengvai prieinamą informacijos išdėstymą.

Abu tirti UAB „Uriga“ produktai pakartojo „Ryto“ varškės sūrelio serijos klaidas dėl netinkamos pakuotės pasirinkimo. Tiksliau, tokio informacijos išsėstymo, kuri esama pakuotė paslepia, o norint tą informaciją gauti, pardavimo vietoje būtina atidaryti produkto pakuotę.

Latvių gamintojų AS „Tukuma piens“ ir SIA „Rigas piensaimnieks“ produkcijos informacija, pateikiama ant pakuočių taip pat nebuvo tinkamai pateikta vartotojui, tiek dėl pačios pakuotės sandarinimo principų, tiek dėl didelės reikšmės teikimo dizaino elementams, o ne aiškiam informacijos matomumui.

Apibendrinant rezultatus, galima teigti, kad iš tirtų produktų, nėra gamintojų, nepateikiančių pagal įstatymus būtiną informaciją. T.y. pagal konkrečius reikalavimus, kokią informaciją reikia pateikti ant produkto pakuotės, visi gamintojai yra formaliai teisūs ir besielgiantys sąžiningai bei atsakingai. Visgi, vertinant tos informacijos pateikimą, pasitaiko net grubių pažeidimų. Panašu, kad talpinant informaciją, remiamasi ne informacijos išsamumo, visapusiškumo ir supaprastintos prieigos kriterijais, o į tai žiūrima kaip į papildomą informaciją, kurią reikia sutalpinti kartu su marketingo informacija. Iš gamintojų pusės jaučiamas dėmesio trūkumas vartotojui, menkos pastangos patenkinti jo informacijos poreikius ir įgyvendinti jo informacines teises (teisę į informaciją apie produktą, teisę į neklaidinimą ir teisę į pilną informaciją, reikalingą norint priimt informaciją paremtą sprendimą).

Pirmoji išsikelta tyrimo hipotezė dėl informacijos prieinamumo problemų buvo patvirtinta. T.y. nors vartotojams ant varškės sūrelių pakuočių pateikiama visa pagal įstatymus reikalinga informacija, tačiau ji ne visada yra lengvai prieinama, įskaitoma. Dėl techninių ar dizaino galimybių, neretai vartotojui sudaromi sunkumai lengvai ir aiškiai perskaityti informaciją ant produkto pakuotės.

Antroji hipotezė dėl visos pagal įstatymus reikalingos informacijos pateikimo ant pakuočių pasitvirtino iš dalies. Visi varškės sūrelių gamintojai ant pakuočių pateikia informaciją, atitinkančią įstatymų nustatytas normas, tačiau kyla klausimų dėl paties informacijos išdėstymo, formato ir apipavidalinimo (dizaino ypatybių).

Trečioji išsikelta hipotezė dėl smulkių ginčytinų pažeidimų pateikiant informaciją ant produktų pakuočių taip pat pasitvirtino. Pateikiant informaciją ant pakuočių, pasitaikė smulkių pažeidimų, kurių neleistinumo prigimtis yra ginčytina, nes, arba tokie pažeidimai nėra reglamentuojami įstatymų, arba jie „balansuoja ant įstatymų ribos“ (pavyzdžiui, pateikiama pagal įstatymą reikalinga informacija, tačiau ji pateikiama neaiškiai arba sunkiai įskaitomai).

IŠVADOS

Teisės į informaciją sąvoka yra labai plati, glaudžiai susieta su įvairiomis žmogaus teisėmis, apimanti daugybę gyvenimo sričių. Bendriausia prasme žmogaus informacinės teisės – tai teisės žinoti apie valdžios veiksmus. Nuo pat Prancūzijos revoliucijos laikų svarbiausiu informacinių teisių aspektu buvo žinojimas, ką ir kaip daro išrinkti visuomenės atstovai – teisė į informaciją apie valdžios veiksmus (kartu ir teisė į dalyvavimą valdant savo šalį). Tai buvo viena svarbiausių demokratinės visuomenės atramų. Bėgant laikui imta suvokti, kad pilietis turi daugiau informacinių teisių, o jo teisės į informaciją turinys plėtėsi. Atsirado poreikis gauti informaciją apie save patį, kaupiamą valdžios institucijų. Tai reiškia, kad teisės į informaciją turinys yra kintantis ir įtakojamas nuolatinės jos aplinkos kaitos, visuomenės procesų ir demokratijos vystymosi. Būtent demokratiškas vertybių puoselėjimas skatina kalbėti apie naujas kryptis, jas sureguliuoti teisiškai, modifikuoti ir adaptuoti.

Konsumerizmo judėjimas, informacijos visuomenės plėtra, spartus technologijų vystymasis ir kiti reikšmingi veiksniai įtakojo ne tik naujų informacinių teisių krypčių (tokių kaip piliečių teisė į sprendimų priėmimą sprendžiant gamtos saugos klausimus, taip pat klausimus susijusius su genetiškai modifikuotais produktais), tačiau ir paskatino vartotojo, kaip rinkos dalyvio bei pirkėjo ir pardavėjo santykių sureguliuojimą.

Vartotojo teisės į informaciją atsiradimas buvo ne revoliucija; greičiau – evoliucija – laipsniškas ir natūralus rinkos santykių ir demokratiškas veiksmų įtakotas objektas. Tai reiškia, jog ir vartotojų teisė į informaciją surado savo vietą teisinėje terpėje sąlygojama natūralaus poreikio sureguliuoti vartotojo ir gamintojo santykius. Kitaip tariant, tai buvo besivystantis vartotojų teisių tobulėjimas ir prisitaikymas prie kintačios aplinkos bei pačių santykių egzistavimo.

Informacinių teisių svarba skirtingose valstybėse buvo suvokiama nevienodai. Informacinių teisių istorija prasidėjo teisės į prieigą prie valdžios disponuojamų dokumentų atsiradimu. Pradžioje piliečių teisė į informaciją buvo suvokiama pakankamai siaurame kontekste – kaip teisė prieiti prie dokumentų, kurie yra sukuriami valdžios institucijose. Vėliau požiūris į informacines teises plėtėsi, o tuo pačiu plėtėsi ir informacinių teisių turinys, apimdamas informaciją, kaupiamą apie asmenį. Vis plačiau imta vartoti informacijos visuomenės sąvoka, piliečiai tapo socialiai bei politiškai sąmoningesniais, imta kalbėti apie žmogų, kaip apie rinkos dalyvį, vartotoją.

Nepaisant vis platesnio informacinių teisių sureguliuojimo ir ilgo teisinių santykių egzistavimo, galima teigti, jog teorinio vartotojų teisės į informaciją pagindo kūrimas ir vystymas nebuvo toks spartus, kaip galima buvo tikėtis, ir „vėluoja“ iki šiol. Šiuo metu vartotojų ar piliečių informacines teises aprėpianti lietratūra tiek Lietuvos, tiek ir pasaulio mastu yra negausi, o tema nėra pakankamai išnagrinėta.

Lietuvoje egzistuoja informacines vartotojų teises reglamentuojanti teisinė bazė, kurios pagrindą sudaro Vartotojų informavimo, Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo, Reklamos ir kiti įstatymai. Nepaisant pakankamai pavėluoto reglamentavimo, žiūrint iš pasaulinio masto pozicijų (kas iš esmės yra logiška ir natūraliai įtakota istorijos), pastarieji pokyčiai (pavyzdžiui, Nesąžiningos komercinės veiklos direktyvos adaptavimas ir atitinkamo įstatymo sukūrimas arba didėjantis vartotojų sąmoningumas) džiugina ir suteikia vilties netolimoje ateityje matyti daugiau teigiamos transformacijos apraiškų. Esama teisinė vartotojų teisės į informaciją situacija Lietuvoje yra tobulėjanti, adaptuojama prie Europos Sąjungos aktų.

Išanalizavus įstatyminę vartotojų teisės į informaciją bazę informacinių teisių vystymosi kontekste ir ištyrus vartotojų teisės į informaciją situaciją, galima daryti išvadą, jog pakankamai vėlyvas tiek vartotojų teisės į informaciją, tiek piliečių informacinių teisių suvokimas natūraliai lėmė lėtesnį šios teisės srities vystymąsi, teisių įgyvendinimą.

Darbe atliktas informacijos pateikimo vartotojams tyrimas atskleidė pasirinktos rūšies produktų (varškės sūrelių) gamintojų pateikiamos informacijos trūkumus ir galimai koreguotinas sritis, išskėlė svarbių etinių klausimų, kuriems įgauti kritinę svarbą reikia didėjančios visuomenės bei gamintojų (pardavėjų) savimonės. Tyrimas taip pat parodė, jog nepaisant formalaus įstatymų laikymosi, produktų pakuočių pateikiama informacija turi spragų, kurios rodo ne visada atsakingą požiūrį į vartotoją. Galima drąsiai teigti, jog darbe iškelta hipotezė dėl vartotojams pateikiamos reikalingos, tačiau ne visada pakankamos, išsamios ir visapusiškos informacijos, pasitvirtino. Gamintojai suvokia įstatymų laikymosi svarbą (nes pateikia visą pagal įstatymus būtiną informaciją vartotojui), tačiau akivaizdžiai į informacijos pateikimą žiūri per daug formaliai. T.y. pasitaiko informacijos slėpimo (galbūt netyčinio), jos vizualinio neaiškumo ar net neįskaitomumo, pakuotės dizaino, apsunkinančio prieigą prie informacijos.

Svarbu ne pats informacijos pateikimo faktas, o kaip informacijos teikėjas traktuoja vartotoją, kiek savanoriškai laikosi etikos, sąmoningumo ir sąžiningumo normų. Kitaip tariant, realus vartotojų teisės į informaciją įgyvendinimas konkrečiu tirtu atveju nėra vykdomas, yra teisių pažeidimų, kurie nors ir nėra grubūs, tačiau yra akivaizdžiai ištaisomi. Tą parodė kitų varškės sūrelių gamintojų galimybės ne tik formaliai laikytis nustatytos tvarkos, tačiau ir neapsunkinti vartotojo, siekiančio gauti jam svarbią informaciją, reikalingą priimti informacija paremtus sprendimus.

Piliečiai, gaudami jiems svarbią informaciją, gali susidaryti nuomonę apie valdžios veiksmų skaidrumą, spręsti, ar asmeninė ir išrinktų atstovų nuomonė sutampa, daryti įtaką valdžios sprendimams. Toks informacijos spragų mažinimas skatina visuomenės narių pasitikėjimą valdžios atstovais. Lygiai taip pat vartotojams būtinos informacijos teikimas, jų švietimas ir skaidrus elgesys rinkoje skatina ne tik pagarbą komercinės veiklos subjektams iš vartotojų pusės, tačiau ir kuria socialiai atsakingos organizacijos įvaidžį visuomenėje.

The protection of consumers' right to information in lithuania (Summary)

The concept of the right to information is wide-ranging, closely linked with various human rights, associated with many spheres of living. The basic notion of human informational rights is the rights to know about activities of the government. However, the content of the right to information is fast changing, affected by the vicissitude of its environment. Thus it means that the right to information had to find its place in the legal basis as well and was determined by the natural need for relationship regulations. In other words, the development of consumers' rights was evolution and adaptation to the fast changing environment, consumerism movements, development of information society, technological progress.

Even from the times of the French Revolution, the most important aspect of informational rights was knowing, what was being done, and how it was being done by the elected society members – the right to the information about activities of the government (as well as the right to participate in the ruling of the country). It was one of the fundamental bearers of democracy. Time went by and the notion of the bigger picture began to appear – it was understood that the citizen had more informational rights and the content of his rights was expanding. The right to obtain information about oneself, collected by the institutions of the government, emerged.

It is hard to say, whether the movements of the consumerism were the main influences, that stimulated the appearance of consumers' right to information as the consumers' right to information was more of an evolution, rather than revolution, influenced by the step-by-step and natural development of market relationships and elements of democracy.

In the first part of the thesis the context, change, development and adaptation of the right to information is analyzed from the historical standpoint. This part of the thesis displays the concept of the right to information. In the second part of the thesis, the content of informational rights of the consumer is analyzed – what kind of informational rights does the consumer have and to what kind of information, the rising issues and ethical problems are discussed. In the third part of the thesis, the research is conducted to analyze the present legislative system, regulating consumers' right to information. In the fourth part of the thesis, another research on the provision of information on the packaging of the chosen line of products is displayed – the process of the research is presented and the results are analyzed.

Citizens by receiving the information they need are able form a clear view on the activities of the government, decide whether their personal opinion is similar with the one of their elected trustees, and participate in the process of decisions. This kind of filling of information gaps encourages the trust of society in the members of government. The same is with the crucial and relevant information to

consumers. The education of consumers, provision of needed information and transparent behaviour not only encourages the trust of consumers in the subjects of commercial agents, but also creates the image of socially responsible organisation in the society.

BIBLIOGRAFINIŲ NUORODŲ SĄRAŠAS

1. *2004 freedominfo.org Global Survey Results* [interaktyvus]. Norway: 2004 [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.freedominfo.org/countries/survey2004/norway.htm>>.
2. Aarhus convention. Iš *UNECE* [interaktyvus]. Switzerland [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.unece.org/env/pp/>>.
3. *Administrative Law Review* [interaktyvus]. USA: Washington College of Law [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.wcl.american.edu/journal/alr/>>.
4. BAZYLEVAS, I., et al. *Žmogaus teisės Lietuvoje: padėties įvertinimas*. Vilnius: P. Kalibato II „Petro ofsetas“, 2002. ISBN 9955534206.
5. BIRMONTIENĖ, Toma. Teisės į informaciją teisinis reguliavimas. Iš *Konstitucingumas ir pilietinė visuomenė*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas, 2003. ISBN 995556301X.
6. BUDREVIČIUS, Algirdas. *Tradiciniai ir nauji žinių ir informacijos teorijos klausimai* [interaktyvus]. 2001 [žiūrėta 2007 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.kf.vu.lt/~albud/str/2001/tradic_nauji_zin.htm>.
7. Consumer Bill of Rights. Iš *The S.C. Department of Labor, Licensing and Regulation* [interaktyvus]. USA: South Carolina [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.llr.state.sc.us/pol.asp?file=pol/Consumer%20Bill%20of%20Rights.htm>>.
8. Consumer policy: principles and instruments. Iš *European Parliament* [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.europarl.europa.eu/facts_2004/4_10_1_en.htm>.
9. Consumers and the Right to Information Act. Iš Consumer Online Resource and Empowerment Centre [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <http://www.corecentre.org/guest/focus/linkdetails.asp?ID=RTI_Focus2>.
10. Data protection law. Iš *Bulgarian institute for legal development* [interaktyvus]. 1997 [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://archive.bild.net/dataprFr.htm>>.
11. DAVIDSON, Kirk. Consumers really don't care about brand product's owners. Iš *Marketing News*. USA: American Marketing Association, 1998, p. 5-6. ISSN 00253790.
12. *Declaration of the Rights of Man and of the Citizen* [interaktyvus]. France [žiūrėta 2008 sausio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.hrcr.org/docs/frenchdec.html>>.
13. Dėl didžiųjų mažmeninės prekybos tinklų padėties rinkoje vertinimo. Iš *Konkurencijos taryba* [interaktyvus]. Lietuva, 2007 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.konkuren.lt/aktualijos/info_2007-02-28.htm>.

14. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market. Iš *The access to European Union law* [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32005L0029:EN:HTML>>.
15. GĖLŪNAS, Mindaugas. Jeigu informacijos visuomenė taptų idealia visuomene. Iš „*XXI amžiaus horizontai*“ [interaktyvus]. 2004 [žiūrėta 2007 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.xxiamzius.lt/archyvas/priedai/horizontai/20040204/5-1.html>>.
16. GILL, Kathy. The Freedom of information act. Iš *About.com: US Politics* [interaktyvus]. USA: Illinois, Chicago [žiūrėta 2007 gruodžio 1 d.]. Prieiga per internetą: <<http://uspolitics.about.com/od/usgovernment/a/foia.htm>>.
17. GÖTHE, Erik. The Sweedish tradition of freedom press. Iš *Fortress Europe – Cingular Letter* [interaktyvus]. Sweeden: 1993 [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.fecl.org/circular/1507.htm>>.
18. GUTAUSKAS, Aurelijus. *Žmogaus teisės Lietuvoje*. Vilnius: 2005. ISBN 9955982128.
19. HAWKINS, Delbert. I.; BEST, Roger J.; MOTHERSBAUGH, David L. *Consumer Behaviour*. USA, Columbus, Ohio: McGraw-Hill/Irwin, 2006. ISBN-10: 0073261548.
20. HORTON, Forest Woody. *Information resources management: Concept and cases*. USA: Ohio, Cleveland, Association for systems management, 1979. ISBN 0934356017.
21. *Informacijos ir informacinių technologijų teisinio reglamentavimo ypatumai bei atskiros sritys (intelektinė nuosavybė ir kt.)* [interaktyvus]. [žiūrėta 2007 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.mruni.lt/padaliniai/FAKULTETAI/vvf/tik/dokumentai/Bak_seminarai/IT_metod_medziaga/IT_teisinio_reglamentavimo_ypatumai_040202.doc>.
22. JARAŠIŪNAS, Egidijus. *Piliėtis ir valstybinės įstaigos*. Konferencijos „Asmens konstitucinės teisės Lietuvoje“ medžiaga. Vilnius: 1996. ISBN 9986909406.
23. KEDGLEY, Sue. Consumer Right to Know (Food Information) Bill. Iš *Green party* [interaktyvus]. [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.greens.org.nz/searchdocs/other9741.html>>.
24. Lietuvos nacionalinė vartotojų švietimo programa. Iš *Vakarų Lietuvos vartotojų federacija* [interaktyvus]. Lietuva: 2003 [žiūrėta 2007 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vlvf.org/?selectionManager.id=FLDID1098626198705>>.
25. LR ūkio ministro įsakymas dėl Lietuvos Respublikoje parduodamų daiktų (prekių) ženklinimo ir kainų nurodymo taisyklių. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus].

- Lietuva, 2000 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=166589&p_query=&p_tr2=>.
26. LR Vyriausybės 2003 m. kovo 5 d. nutarimas Nr. 290 „Dėl viešo naudojimo kompiuterių tinkluose neskelbtinos informacijos kontrolės ir ribojamos viešosios informacijos platinimo tvarkos patvirtinimo“. Iš „*Valstybės žinios*“. Vilnius: 2003, Nr. 24-1002. ISSN 1392-4559.
27. LR žemės ūkio ministro įsakymas Dėl grietinėlės ir jos gaminių kokybės reikalavimų patvirtinimo. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2005 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_1?p_id=254675>.
28. LR Alkoholio kontrolės įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 1995 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=301691>.
29. LR Civilinis kodeksas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2000 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=299402>.
30. LR Energetikos įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2002 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=297894>.
31. LR Genetiškai modifikuotų organizmų įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2001 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=280509>.
32. LR Maisto įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2000 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=266822>.
33. LR Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2007 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=312619&p_query=&p_tr2=>.
34. LR Produktų įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 1998 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=227358>.
35. LR Reklamos įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2000 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=284173>.

36. LR sveikatos apsaugos ministro įsakymas dėl Lietuvos respublikos sveikatos apsaugos ministro 2002 m. gruodžio 24 d. įsakymo nr. 677 „dėl Lietuvos higienos normos HN 119:2002 „Maisto produktų ženklėjimas“ tvirtinimo“ pakeitimo. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2004 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www3.lrs.lt/cgi-bin/getfmt?C1=e&C2=244573>>.
37. LR Tabako kontrolės įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 1995 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=279471>.
38. LR Turizmo įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 1998 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=260081>.
39. LR Vartotojų teisių apsaugos įstatymas. Iš *Lietuvos Respublikos Seimas* [interaktyvus]. Lietuva, 2007 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_1?p_id=291694>.
40. MANN, James; THORNTON, Peter. Consumerism in perspective. Iš *European Journal of Marketing* [interaktyvus]. MCB UP Ltd., 1978, vol. 12, Nr. 4, p. 253-263 [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.emeraldinsight.com/10.1108/EUM0000000004986>>.
41. MARSHALL, Thomas Humphrey. *Citizenship and social class (Pluto Perspectives)*. USA: Pluto Press, 1987. ISBN 0745304761.
42. MEŠKAUSKAITĖ, Liudvika. *Žiniasklaidos teisė*. Vilnius: Teisinės informacijos centras, 2004. ISBN - 995555732X.
43. MOORE, Nick. *Rights and Responsibilities in an Information Society* [interaktyvus]. United Kingdom: JILT, 1998, nr.1 [žiūrėta 2007 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą: <http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/1998_1/#a2.3>.
44. MOSES, Walter R. Fair packaging and labeling. Iš *Food and Drug Law Journal*. USA: Washington, DC: Food and Drug Law Institute, 1969, vol. 24, Nr. 597. ISSN: 1064590X.
45. Prevention of Food Adulteration Act. Iš *Commonwealth Legal Information Institute* [interaktyvus]. India [žiūrėta 2007 lapkričio 25 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.commonlii.org/in/legis/num_act/pofaa1954332/>.
46. Privalomieji kopūstų kokybės reikalavimai. Iš *Lietuvos Respublikos Žemės ūkio ministerija* [interaktyvus]. Lietuva, 2001 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.zum.lt/min/index.cfm?fuseaction=displayHTML&attributes.file=File_364.cfm&langparam=LT>.

47. Privalomieji termiškai apdoroto geriamojo pieno kokybės reikalavimai. Iš *Lietuvos Respublikos Žemės ūkio ministerija* [interaktyvus]. Lietuva, 2004 [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<http://www.zum.lt/min/index.cfm?attributes.file=File_1700.cfm&fuseaction=displayHTML&langparam=LT>.
48. SEPTILKIENĖ, Viktorija. Ką turite žinoti apie mėsą ir mėsos gaminius. Iš *Lietuvos Respublikos Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba* [interaktyvus]. Lietuva [žiūrėta 2008 m. Vasario 20 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://www.vet.lt/lt/pages/view/?id=351&PHPSESSID=ed71a73eb28f9bb32fde4feb1be642bb>>.
49. SHANNON, Claude Elwood; WEAVER, Warren. *The Mathematical Theory of Communication*. USA: University of Illinois Press, 1963. ISBN 0252725484.
50. SOLOMON, Michael; BAMOSSY, Gary; ASKENGAARD, Soren. *Consumer Behavior: an European Perspective*. USA, Newburgh, New York: Financial Times / Prentice Hall, 1999. ISBN 0273687522.
51. The European Convention on Human Rights. Iš *Hellenic Recurces Network* [interaktyvus]. USA: Cambridge [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://www.hri.org/docs/ECHR50.html>>.
52. The Privacy act of 1974. Iš *United States Department of Justice* [interaktyvus]. USA: Washington, DC [žiūrėta 2008 sausio 3 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://www.usdoj.gov/oip/privstat.htm>>.
53. Universal declaration of human rights. Iš *Human constitutional rights* [interaktyvus]. USA: Columbia Law School [žiūrėta 2007 gruodžio 15 d.]. Prieiga per internetą:
<<http://www.un.org/Overview/rights.html>>.
54. VAIŠVILA, Alfonsas. *Teisės teorija ir istorija*. Vilnius: Justitia, 2000. ISBN 9986567416.

**PRIEDAS NR. 1 – INFORMACIJOS, PATEIKIAMOS ANT VARŠKĖS SŪRELIŲ
PAKUOČIŲ, VERTINIMO LENTELĖ**

1 lentelė. Piliečių ir vartotojų teisės ir jų užtikrinimas informacinių teisių kontekste

Produktai	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija
		Produktas	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija	Produktas	Informacija
		1. „jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir kapučino skonio priedu“	v	?	v	v	v	?	-	?	-		
		2. „jo – glaistytas sūrelis su sausainiu ir braškėmis“	v	?	v	v	v	?	-	?	-		
		3. „jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir juodųjų serbentų įdaru“	v	?	v	v	v	?	-	?	-		
		4. „jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir karameliniu įdaru“	v	?	v	v	v	?	-	?	-		
		5. „Jonukas glaistytas varškės sūrelis su avietėmis ir kakavos priedais su baltuoju glaistu“	v	v	v	v	v	v	-	v	-		
		6. „Jonukas glaistytas varškės sūrelis su kakava ir kakavos priedais“	v	v	v	v	v	v	-	v	-		
		7. „Jonukas glaistytas varškės sūrelis su saldinais“	v	v	v	v	v	v	-	v	-		
		8. „Jonukas glaistytas varškės sūrelis su aguonomis“	v	v	v	v	v	v	-	v	-		
		9. „Tikrojo skonio Mūsų saldus varškės sūrelis su abrikosais“	v	v	v	v	v	v	-	v	-		
		10. „Rytas varškės sūrelis su vanile“	v	?	?	v	?	v	-	v	-		
		11. „Rytas varškės sūrelis su razinomis“	v	?	?	v	v	v	-		-		
		12. „Laumės juosta glaistytas varškės sūrelis su vanilinu“	v	v	v	v	v	v	-	v	-		
		13. „Miau glaistytas varškės sūrelis su kakava“	v	v	v	v	v	v	-	?	-		
		14. „Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su braškėmis“	v	?	?	v	v	v	-	v	-		
		15. „Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su vanilinu“	v	v	v	v	v	v	-	v	-		
		16. „Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su triufelių įdaru“	v	?	?	v	v	v	-	v	-		
		17. „Magė glaistytas vanilinis varškės sūrelis“	v	?	?	v	v	v	-	v	-		
		18. „Magis glaistytas vanilinis varškės sūrelis“	v	v	v	v	v	v	-	v	-		
		19. „Magija glaistytas varškės sūrelis su kriaušėmis – melionais“	v	?	v	v	v	v	-	v	-		
		20. „Magija PREMIUM su braškių įdaru“	v	v	v	?	v	v	-	v	-		
		21. „Magija PREMIUM plombyro skonio“	v	v	v	?	v	v	-	v	-		
		22. „Magija PREMIUM su kondensuoto pieno įdaru“	v	v	v	?	v	v	-	v	-		
		23. „Klasika Šokoladinė Magija glaistytas“	v	?	?	v	v	v	-	v	-		

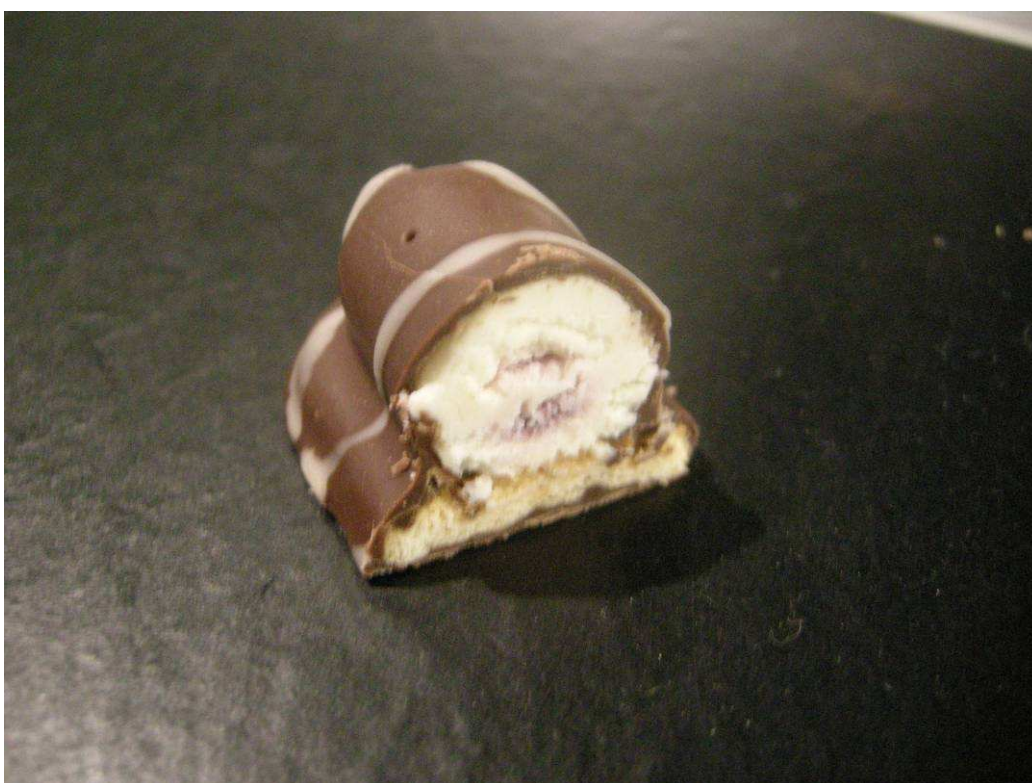
vanilinis varškės sūrelis“									
24. „Šokoladinė Magija glaistytas varškės sūrelis su aguonomis“	v	?	?	v	v	v	-	v	-
25. „Rokiškio žaloji karvutė glaistytas varškės sūrelis su šokoladu“	v	?	?	?	?	v	-	?	-
26. „Visiems glaistytas sūrelis su braškių uogiene“	v	v	v	?	v	v	-	v	-
27. „Visiems glaistytas sūrelis vanilinis“	v	v	v	?	v	v	-	v	-
28. „Visiems glaistytas sūrelis su šokoladu“	v	v	v	?	v	v	-	v	-
29. „Glaistytas varškės sūrelis su vanilinu“	v	v	v	v	v	?	-	?	-
30. „Glaistytas varškės sūrelis su aguonomis ir vanilinu“	v	v	v	v	v	?	-	?	-
31. „Premium vaniļas biezpiena gardums šokolādē“	?	?	?	v	v	v	v	v	v
32. „Karums varškės sūrelis“	v	?	?	v	v	v	v	v	v
33. „Karums varškės sūrelis su riešutais“	v	?	?	v	v	v	v	v	v
34. „Karums varškės sūrelis su šokoladiniais gabaliukais“	v	?	?	v	v	v	v	?	v

PRIEDAS NR. 2 – VARŠKĖS SŪRELIŲ NUOTRAUKOS

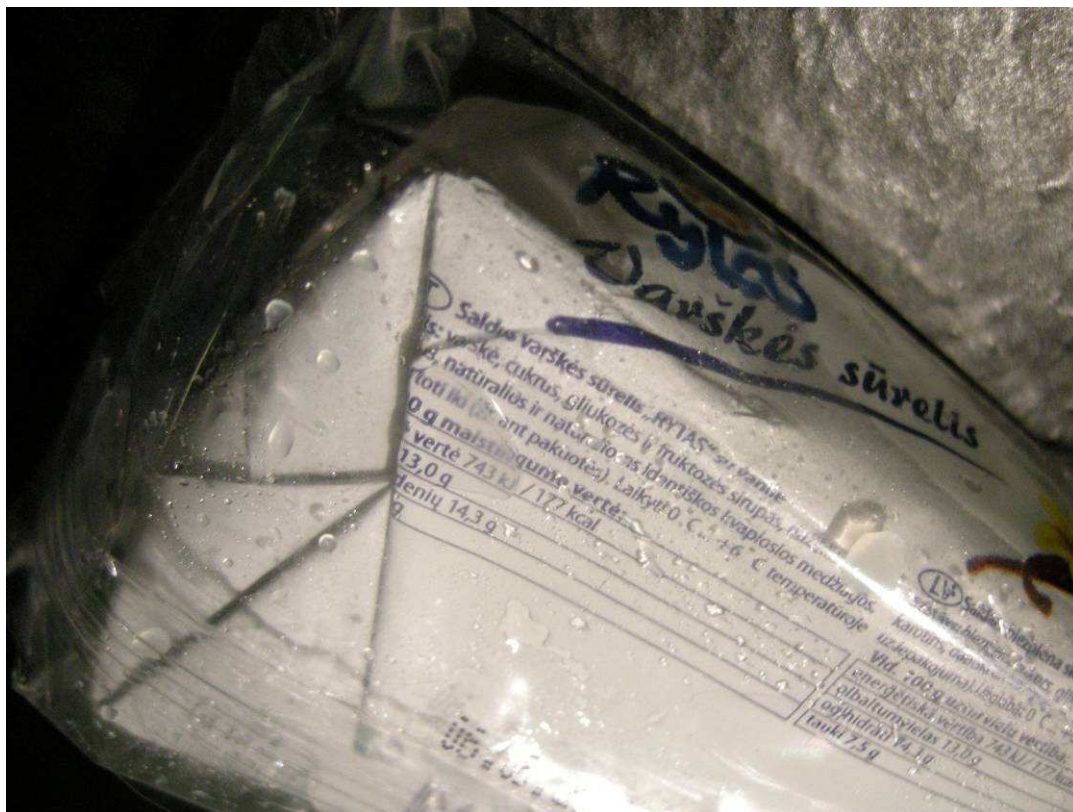
1 paveikslas. „jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir juodųjų serbentų įdaru“ sūrelio pakuotė.



2 paveikslas. išpakuotas „jo glaistytas sūrelis su sausainiu ir juodųjų serbentų įdaru“.



3 paveikslas. „Rytas varškės sūrelis su vanile“ sūrelio pakuotė.



4 paveikslas. Nepraplėšta sūrelio „Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su braškėmis“ pakuotė.



5 paveikslas. Praplēsta sūrelio „Nykštukas glaistytas varškės sūrelis su braškėmis“ pakotē.



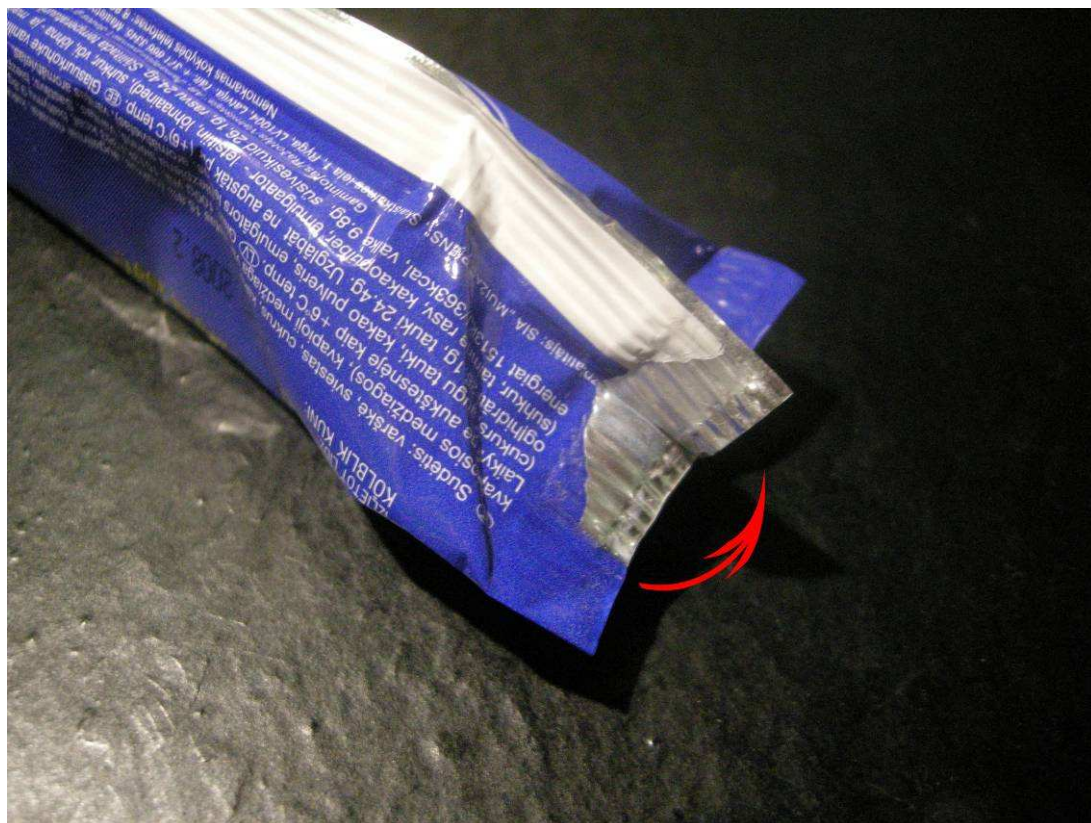
6 paveikslas. Galiojimo termino pateikimas ant juodos pakuotės.



7 paveikslas. Nepraplėšta sūrelio „Klasika Šokoladinė Magija glaistytas vanilinis varškės sūrelis“ pakuotė.



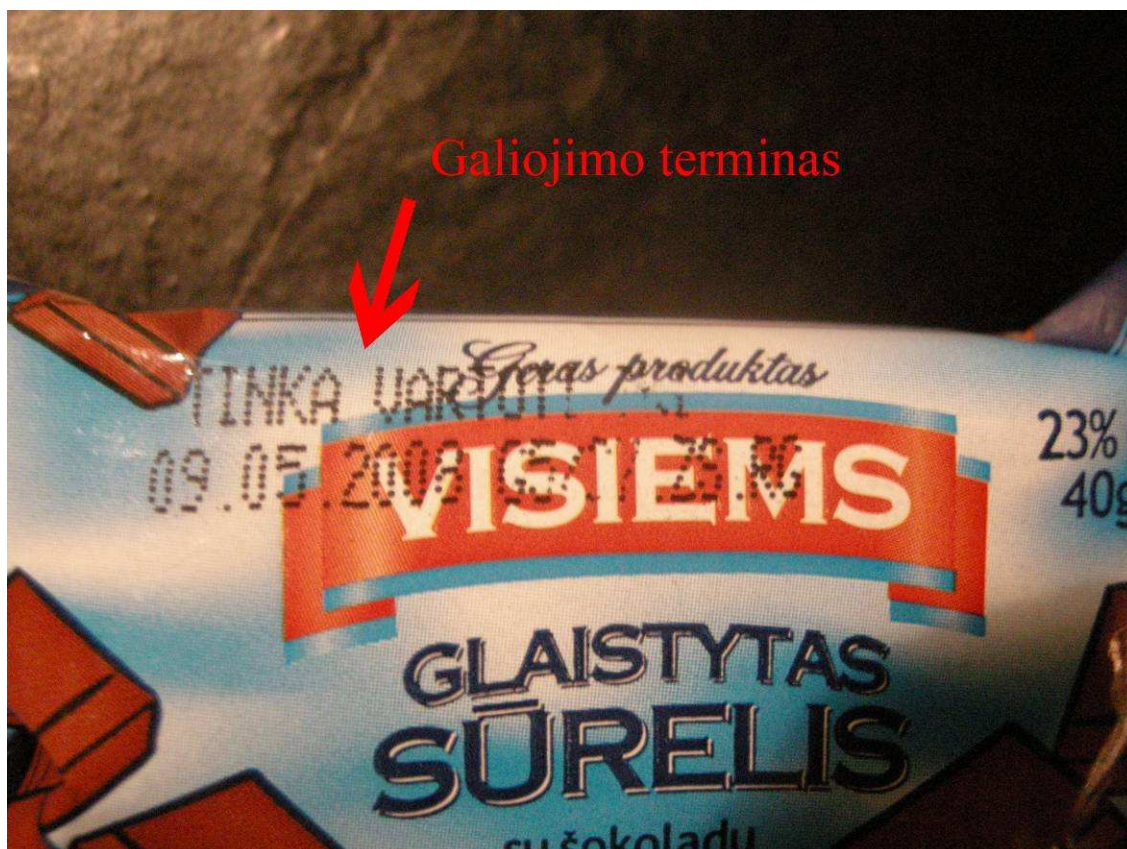
8 paveikslas. Praplėšta sūrelio „Klasika Šokoladinė Magija glaistytas vanilinis varškės sūrelis“ pakuotė.



9 paveikslas. Ant sūrelio „Rokiškio žaloji karvutė glaistytas varškės sūrelis su šokoladu“ pakuotės pateikta gamintojo informacija.



10 paveikslas. Galiojimo termino informacija išspausdinta ant produkto pavadinimo.



11 paveikslas. Neiškutuotas „Glaistytas varškės sūrelis su vanilinu“.



12 paveikslas. Pradėtas pakuoti „Glaistytas varškės sūrelis su vanilinu“, siekiant sužinoti gamintojo informaciją.



13 paveikslas. Ant sūrelio „Karums varškės sūreļis su šokolādiniais gabaliukais“ pakuotēs pateikta gamintojo informācija.

