

Alþingi
Erindi nr. P 141/712
komudagur 26.11.2012



MENNTA- OG
MENNINGARMÁLARÁÐUNEYTIÐ

Sölvhólsgötu 4 · 150 Reykjavík
sími: 545 9500 · bréfasími: 562 3068
postur@mrn.is · menntamálaráðuneyti.is

Alþingi - nefndasvið
Allsherjar- og menntamálanefnd Kristín
Einarsdóttir, ritari
v/ Austurvöll
150 Reykjavík

Reykjavík 19. nóvember 2012
Tilv.: MMR11030311/0.6.1-

Efni: Umsögn um frumvarp til laga um breytingu á áfengislögum, nr. 75/1998 - 134. mál á 141. löggjafarþingi.

Athygli mennta- og menningarmálaráðuneytis hefur verið vakin á efni frumvarps innanríkisráðherra um breytingau á áfengislögum, nr. 75/1998, þar sem mælt er fyrir um skýrara bann við auglýsingum. Ráðuneytið hefur sérstaklega kynnt sér efni frumvarpsins að því leyti sem það snertir framkvæmd laga um fjölmiðla, nr. 38/2011.

Samkvæmt gildandi lögum hafa tvær eftirlitsstofnanir, fjölmiðlanefnd og Neytendastofa, m.a. eftirlit með framsetningu og innihaldi auglýsinga. Ráðuneytið telur því mikilvægt að tiltekið samræmi sé á milli fjölmiðlalaga og áfengislaga í þessum efnum. Samkvæmt fjölmiðlalögum er einn grundvallarþáttur í eftirliti fjölmiðlanefndar að hafa eftirlit með keyptri umfjöllun í ritstjórnarefni fjölmiðla hvað varðar dulin viðskiptaboð og vöruinnsetningu. Í VI. kafla sömu laga, einkum 37. og 38. gr., eru efnisákvæði sem skarast við ákvæði annarra sérlaga um tóbaksvörur og áfengi og laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005. Ákvæðin fela m.a. í sér innleiðingu á svonefndri hljóð- og myndmiðlunartilskipun, nr. 2010/13/EB, sbr. t.d. ákvæði 3. og 4. mgr. 37. gr. og 38. gr. laganna. Við setningu fjölmiðlalaganna þótti nauðsynlegt að taka upp almennt ákvæði þessa efnis enda nær það til allra gerða viðskiptaorðsendinga og fjarkaupainnskota samkvæmt lögnum en tekur ekki aðeins til hefðbundinna auglýsinga svo sem á við um bannreglur sérlaganna.

Á þessu sviði starfa því sérstök stjórnvöld sem fara að lögum með ákveðnar heimildir að því er varðar viðskiptaboð og eftir atvikum kostunartilkyningar. Samkvæmt efni frumvarps innanríkisráðherra um breytingu á áfengislögum er Neytendastofu m.a. falið að hafa eftirlit með keyptri umfjöllun í ritstjórnarefni fjölmiðla í tengslum við duldar auglýsingar og vöruinnsetningu. Í ljósi þess að viðurlagaheimildir þessara stofnana eru mismunandi auk þess sem sérþekking og áherslur þeirra eru ólíkar má því telja afar óheppilegt að eftirlit sem snertir mörk tjáningarfrelsis og réttindi og skyldur fjölmiðla sé falið öðru stjórnvaldi en fjölmiðlanefnd, sem hefur alla jafna eftirlit með fjölmiðlamarkaðinum. Þá má telja að ákvæði frumvarpsins leiði af sér ósamræmi milli áfengislaga og fjölmiðlalaga, sem telja verður óheppilegt.

Samkvæmt framangreindu telur ráðuneytið mikilvægt að eftirlit með 6. og 7. tölul. 1. mgr. 1. gr. frumvarpsins verði eftir sem áður, hvað fjölmiðla snertir, á hendi fjölmiðlanefndar. Enn fremur er mikilvægt að samræmi sé á milli 7. tölul. 1. mgr. 1. gr. frumvarpsins og 4. mgr. 37. g. gr., sbr. 39. gr. fjölmiðlalaga hvað varðar erlent hljóð- og myndmiðlunarefni. Til að skýra betur starfssvið þessara stofnana telur mennta- og menningarmálaráðuneyti æskilegt að löggjafinn afmarki verksvið

Neytendastofu við eftirlit með kaupendum viðskiptaboða og þeirri markaðssetningu sem ekki tengist fjölmiðlum en fjölmiðlanefnd verði falið eftirlit með því að fjölmiðlar haldi bann gegn markaðssetningu á áfengi. Samkvæmt ákvæði til bráðabirgða IV. við fjölmiðlalögin er kveðið á um að þau verði endurskoðuð innan þriggja ára frá setningu þeirra. Í byrjun næsta árs er ráðgert að ráðherra undirbúi endurskoðun laganna. Eitt af þeim atriðum sem kemur til sérstakrar athugunar við endurskoðun laganna eru skýrari ákvæði um ábyrgð á efni viðskiptaboða, sbr. VI. kafla fjölmiðlalaga. Að því leyti er talið brýnt að skýra hvort ábyrgð á efni viðskiptaboða liggja hjá kaupenda viðskiptaboðanna eða þeirri fjölmiðlaveitu sem rekur hlutaðeigandi fjölmiðil.

Fyrir hönd ráðherra


Ásta Magnúsdóttir


Karitas H. Gunnarsdóttir