

FJÖLMIÐLANEFND

Ögmundur Jónasson
Stjórnskipunar- og eftirlitsnefnd Alþingis
Alþingishúsið við Austurvöll
150 Reykjavík

Reykjavík 28. september 2016
Mál nr. 2016-1456

Efni: Umsögn um frumvarp til stjórnarskipunarlaga

Fjölmiðlanefnd vísar til tölvupósts frá nefndarsviði Alþingis dags. 14. september 2016, þar sem óskað var eftir umsögn fjölmiðlanefndar vegna frumvarps til stjórnarskipunarlaga (þingskjal 1577 – 841. mál, sem lagt var fram á 145. löggjafarþingi 2015-2016.)

Fjölmiðlanefnd gerir ekki sérstakar athugasemdir við lagafrumvarp þetta en vill nota tækifærið til að koma á framfæri eftirfarandi athugasemdum, sem tengjast c-lið 1. gr. frumvarpsins um þjóðaratkvæðagreiðslur og ákvæðum laga um fjölmiðla nr. 38/2011.

Fyrir það fyrsta vekur fjölmiðlanefnd athygli á því að öflugir og fjölbreyttir fjölmiðlar gegna lykilhlutverki í lýðræðissamfélögum í aðdraganda þjóðaratkvæðagreiðslna sem og annarra kosninga. Fjölmiðlar eru vettvangur umræðu og upplýsinga og því er mikilvægt að umfjöllun þeirra í aðdraganda kosninga einkennist af hlutlægni og að jafnræðis sé gætt milli sjónarmiða, flokka og frambjóðenda. Reglur um hlutlægni fjölmiðla, sbr. 26. gr. laga um fjölmiðla, taka mið af því að vernda upplýsingarétt almennings, enda brýnt að almenningur geti mótað skoðanir sínar og dregið ályktanir út frá réttum upplýsingum.

Um leið vill fjölmiðlanefnd vekja máls á því að á Íslandi gilda engar reglur um auglýsingar stjórnmalaflokka, hagsmunasamtaka eða lífsskoðunarhópa þar sem auglýsingar þessara aðila falla ekki undir efnislegt gildissvið VI. kafla laga um fjölmiðla um viðskiptaboð.

Auglýsingar eru ein tegund viðskiptaboða en hugtakið viðskiptaboð er skilgreint í 40. tölul. 1. mgr. 2. gr:

Viðskiptaboð eru texti, myndir og/eða hljóð sem er ætlað að vekja, beint eða óbeint, athygli á vörum, þjónustu eða imynd lögaðila eða einstaklings sem stundar atvinnustarfsemi og er miðlað gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi eða til kynningar í eigin þágu. Til viðskiptaboða teljast m.a. auglýsingar, kostun og vöruinnsetning.

Í athugasemdum með frumvarpi því sem varð að lögum um fjölmiðla segir að ákvæði 40. tölul. 1. mgr. 2. gr. byggji á h-lið 1. gr. hljóð- og myndmiðlunartilskipunar Evrópusambandsins, þar sem hugtakið hljóð- og myndsending í viðskiptaskyni er skýrt. Hugtakið atvinnustarfsemi er ekki skýrt frekar.

Af framangreindu orðalagi 40. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga um fjölmiðla leiðir að til að reglur um viðskiptaboð eigi við þurfa viðskiptaboðin að stafa frá aðilum sem stunda atvinnustarfsemi. Fjölmiðlanefnd hefur litið svo á að af þessu leiði að auglýsingar framboða, stjórnmalaflokka,

hagsmunasamtaka og lífsskoðunarfélaga, sem ekki eru rekin á forsendum atvinnurekstrar, eigi ekki undir VI. kafla laga um fjölmiðla um viðskiptaboð.

Í VI. kafla laga um fjölmiðla um viðskiptaboð er meðal annars fjallað um skyldur fjölmiðla til að aðgreina ritstjórnarefni og auglýsingar og bann við duldum auglýsingum. Þá er í lögum að finna reglur um vöruinnsetningu í hljóð- og myndefni, sýndarauglýsingar í myndefni, tímatakmarkanir á auglýsingum og reglur um form og efni auglýsinga og kostunartilkyninga.

Þar sem auglýsingar frá framboðum, hagsmunasamtökum og lífsskoðunarfélögum falla ekki undir VI. kafla gilda engar reglur í lögum um fjölmiðla um slík viðskiptaboð.

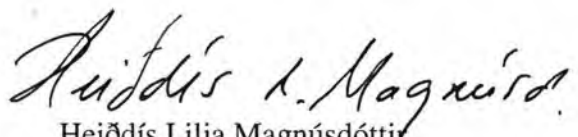
Fjölmiðlanefnd tekur fram að sjónarmiðum þessum hefur áður verið komið á framfæri af hálfu nefndarinnar, m.a. í bréfi hennar til Mennta- og menningarmálaráðuneytis dags. 9. mars 2015, sem sent var í kjölfar fundar með Öryggis- og samvinnustofnun Evrópu (ÖSE) þann 20. febrúar 2015.

Fjölmiðlanefnd hefur einnig bent á nauðsyn þess að samræmi sé milli framboðsfrests í lögum hér á landi og þess hvenær kosningaumfjöllun og kosningabarátta hefst í fjölmiðlum. Mikilvægt sé að hérlendum fjölmiðlum gefist rýmri tími til að sinna kosningaumfjöllun en nú er raunin. Hér á landi rennur framboðsfrestur t.d. út 15 dögum fyrir Alþingiskosningar en þremur vikum fyrir sveitarstjórnarkosningar. Eðli máls samkvæmt verður kosningaumfjöllun fjölmiðla þó að hefjast löngu áður en framboðsfrestur rennur út en slíkt fyrirkomulag getur leitt til ójafnræðis milli þekkra og rótgróinna framboða og nýrri framboða sem ekki eru jafnvel kynnt meðal almennings.

Fjölmiðlanefnd telur jákvætt að fjölmiðlum verði gefinn rýmri tími til kosningaumfjöllunar fyrir þjóðaratkvæðagreiðslur en fyrir Alþingis og sveitarstjórnarkosningar, með vísan til c-liðar 1. gr. frumvarps til stjórnarskipunarlaga þar sem fram kemur að þjóðaratkvæðagreiðsla skuli fara fram í fyrsta lagi sex vikum og í síðasta lagi fjórum mánuðum eftir að staðfest krafa um slíka atkvæðagreiðslu liggur fyrir. Um leið telur nefndin mikilvægt að ákvæðum um framboðsfresti til Alþingis- forseta- og sveitarstjórnarkosninga verði breytt með þeim hætti að fjölmiðlum gefist almennt rýmri tími til kosningaumfjöllunar í ljósi skoðanamyndandi áhrifa þeirra á þessum viðkvæma tíma.

Fyrir hönd fjölmiðlanefndar,


Ingvi Hrafn Óskarsson


Heiðdís Lilja Magnúsdóttir