

Justitiedepartementet

Grundlagsenheten

Lisa Englund Krafft

lisa.englund.krafft@regeringskansliet.se

justitiedepartementet.registrator@regeringskansliet.se

103 33 Stockholm

Vår referens/dnr:

268/2016

Er referens/dnr:

Ju2016/06394/L6

2017-01-05

Remissvar

Mediegrundlagskommitténs betänkande Ändrade mediegrundlagar (SOU 2016:58)

Svenskt Näringsliv har uppmärksammat på rubricerade betänkande och vill med anledning därav yttra sig över förslaget till ändring i nuvarande 1 kap 9 § Tryckfrihetsförordningen och medföljande ändringar i Yttrandefrihetsgrundlagen.

Svenskt Näringsliv konstaterar att Mediegrundlagskommittén till skillnad från Yttrandefrihetskommittén, som år 2012 föreslog en kodifiering av gällande rättspraxis, föreslår en utvidgning av möjligheterna att i lag meddela föreskrifter om varningstexter, innehållsdeklARATIONER eller annan produktinformation till skydd för hälsa, miljö eller konsumenter.

Svenskt Näringsliv avstyrker förslaget.

Utvidgningen som Mediegrundlagskommittén föreslår är allt för omfattande och långtgående och riskerar att dels motverka sitt eget syfte, dels urholka grundläggande tryck- och yttrandefrihetsskydd samt därvid öppna för populistiska "märkningar" beroende på en för tillfället rådande uppfattning.

Närmare motivering till avstyrkandet

Lagstiftning om tvingande produktinformation, till exempel varningsmeddelanden på tobaksprodukter och leksaker, har blivit allt vanligare, inte minst till följd av EU-regler. Krav på dylik information har emellanåt ansetts stå i konflikt med Tryckfrihetsförordningen, eftersom en tryckt produktförpackning kan utgöra en tryckt skrift.

Vissa inskränkningar har trots detta ansetts acceptabla till och med utan undantag i grundlagarna, men utrymmet har varit begränsat. I samband med ändringar i tobakslagen år 2002

anförde lagrådet bland annat att krav på texter på cigarettpaket inte fick omfatta "texter av uttryckligen åsiktpåverkande eller opinionsbildande karaktär" och att de inte fick uppta så stora delar av förpackningen att "de alltför mycket beskär möjligheten för näringsidkaren att förse förpackningar med egen text".

Restriktiviteten i synen på krav på produktinformation torde motiveras inte så mycket av omsorgen om näringsidkarnas intressen, även om det självfallet finns äganderätts- och näringsfrihetsaspekter att beakta, som vikten av att värna det intresse som Tryckfrihetsförordningen och Yttrandefrihetsgrundlagen primärt ska skydda, nämligen möjligheten att uttrycka det fria ordet.

Yttrandefrihetskommittén utvecklade resonemanget i betänkandet "En översyn av tryck- och yttrandefriheten" (SOU 2012:55). Kommittén föreslog en bestämmelse som gav uttryckligt stöd i grundlagarna till rådande rättspraxis. Syftet var att göra tillämpningsområdet tydligare och regleringen lättare att tillämpa. Dessutom antogs en sådan uttrycklig bestämmelse kunna öka möjligheterna för acceptans för den svenska förhandlingspositionen i EU i förhandlingar om produktinformation. Det underströks i betänkandet att det inte fanns "EU-rättsligt betingade skäl att vidta genomgripande förändringar av det svenska grundlagsskyddet för tryck- och yttrandefriheten" även om det kunde finnas "anledning att göra anpassningar till unionsrätten... som inte väsentligen rubbar grunderna för det svenska grundlagsskyddet". Yttrandefrihetskommitténs förslag till kodifiering av rådande praxis uteslöt också texter av uttryckligen åsiktpåverkande eller opinionsbildande karaktär. Kommittén underströk att detta gjordes för att undantaget inte skulle vara tillämbart på medieprodukter. Förslaget resulterade emellertid inte i någon proposition.

Mediegrundlagskommittén anger däremot uttryckligen att man vill utvidga området och förslaget saknar de flesta av de viktiga begränsningar som präglar gällande rätt. Motiveringen är att det skulle göra tillämpningsområdet tydligare och regleringen lättare att tillämpa samt att det skulle "underlätta det svenska förhandlingsarbetet inom EU".

Mediegrundlagskommitténs förslag är således inte begränsat till vissa angivna produkt- eller tjänstekategorier och inte heller till vilka kanaler som omfattas. Detta innebär att krav kan komma att omfatta en mängd produkter som idag inte behöver ha produktinformation men också marknadsföring generellt, till exempel tryckta skrifter, reklam eller annonser (oavsett var de förekommer), radio, TV, filmer med mera.

Vidare ska förbudet mot krav på åsiktpåverkande eller opinionsbildande texter enligt Mediegrundlagskommittén "inte längre tillämpas". Kommittén anför att det ska "förenkla framtida lagstiftningsarbete inom det aktuella området".

Utvidgningen av tillämpningsområdet förstärks också genom att grundläggande begrepp som "annan liknande produktinformation" och "konsumentskydd" inte definieras. Istället anges några få exempel på vad som *kan* innefattas i begreppen vilket lämnar stora möjligheter att göra begreppen mycket omfattande. Man kan till exempel fråga sig om man med stöd av den föreslagna bestämmelsen, vilket anförts i den politiska debatten som en lämplig åtgärd, skulle kunna införa lagkrav på information om hur produktionen av pornografiskt material, som tillhandahålls konsumenterna, gått till.

Svenskt Näringsliv uppfattar att Mediegrundlagskommittén vill öka möjligheterna för staten att med hjälp av så kallad "nudging" påverka medborgarna i en för riksdagsmajoriteten efterfrågad riktning. Genom att släppa denna form av åsiktpåverkan helt fri i alla kanaler riskerar man dock att produktinformationen drunknar i en flod av likartade budskap. Samhället har uppställt en rad olika skyddsmål på en mängd olika områden som bevakas av självständiga myndigheter som alla skulle kunna utforma varningstexter eller informationstexter. Genom den begränsning som råder idag krävs en mycket större eftertänksamhet innan påbud om märkning kan genomföras. Detta är enligt Svenskt Näringsliv något positivt och ger en förstärkning av budskapet i de fall det används, något som skulle kunna förloras om märkningen blev mer slentrianmässig.

Betydligt mer oroväckande är emellertid att Mediegrundlagskommittén inte tycks se, att tvingande krav på texter som är "av uttryckligen åsiktpåverkande eller opinionsbildande karaktär" skulle kunna missbrukas. Tvärtom förefaller kommittén vara av uppfattningen att en begränsning till att produktinformationen måste vara objektiv och saklig är tillräcklig, även utan att begränsningskravet framgår av författningstexten.

Svenskt Näringsliv anser däremot att riskerna är mycket stora. Vad som utgör objektivitet och saklighet kan tolkas och även en objektiv och saklig text kan vara missledande. Med stöd av forskningsstudier och ordet "kan" skulle det vara möjligt att märka många konsumentprodukter eller konsumenttjänster med varningstexter och annan produktinformation av allehanda slag. En märkning av vattenflaskor med "Konsumtion av vatten kan allvarligt skada din hälsa" eller mjölkpaket med "Konsumtion av mjölk kan öka risken för prostatacancer" torde kunna betraktas som objektiva och sakliga informationstexter. Listan med exempel kan göras lång.

Mot bakgrund av det uttalade syftet att utvidga tillämpningsområdet och oklarheten i var gränserna för delegationsbestämmelsen går, ter sig kommitténs uttalande i konsekvensutredningen, att förslaget inte innebär "någon större materiell ändring av gällande rätt", märkligt. Redan på denna grund kan beredningsunderlaget inte anses tillräckligt för att gå vidare i den riktning som föreslås.

Svenskt Näringsliv anser emellertid att förslaget i grunden är skadligt och inte bör genomföras. Syftet med grundlagarna är att de över längre tid ska balansera och begränsa utrymmet för vad regeringen och riksdagen kan göra under en mandatperiod. Mediegrundlagskommitténs förslag öppnar för möjligheter till krav på märkningar som kan bli redskap för att driva populistiska initiativ med stöd av en enkel riksdagsmajoritet, beroende av det för tillfället rådande politiska klimatet. Förslaget möjliggör därmed för godtycke och skapar bristande förutsebarhet. Det kan inte anses vara förenligt med principerna bakom yttrandefrihets- och tryckfrihetsskyddet.

SVENSKT NÄRINGSLIV

Nicklas Skår