

اظهار نظر کارشناسی درباره:

«طرح ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان

به سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و بین‌المللی و فضاهای مجازی»

(اعاده شده از سوی شورای نگهبان)

مقدمه

طرح ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و بین‌المللی و فضاهای مجازی در تاریخ ۱۳۹۵/۲/۲۱ در قالب چهار ماده به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است. این طرح با هدف مرتفع نمودن خلأهای تقنینی در خصوص تبلیغ کالا و محصولات آسیب‌رسان در رسانه‌های جمعی داخلی و خارجی و فضاهای مجازی مبادرت به جرم‌انگاری تبلیغ خلاف واقع در خصوص کالاها و خدمات مزبور کرده است.

این مصوبه برای تأیید به شورای محترم نگهبان ارسال شد. شورای محترم نگهبان در نظریه شماره ۹۵/۱۰۲/۷۷۲ سه ایراد در خصوص مصوبه مزبور در قالب دو بند مطرح کرده است که در این گزارش ضمن توضیح ایرادات مزبور پیشنهادهای اصلاحی جهت رفع ایرادات ارائه می‌گردد.

مشخصات طرح

دوره دهم - سال اول

شماره ثبت:

۲۹

شماره چاپ:

۳۶

تاریخ چاپ:

۱۳۹۵/۳/۲۵

بررسی ایرادات شورای محترم نگهبان و ارائه پیشنهادهای اصلاحی

ایراد اول

در بند «۱» ایرادات شورای محترم نگهبان مقرر شده است: در ماده یک، عبارت «اطلاعات نادرست و تبلیغ خلاف واقع» با توجه به اینکه جرم محسوب و برای آنان مجازات تعیین گردیده است، ابهام دارد و باید معیار آن به نحو روشن مشخص گردد.

توضیح اینکه ماده (۱) مصوبه مجلس مقرر می‌دارد:

ارائه هرگونه اطلاعات نادرست و تبلیغ خلاف واقع به هر طریقی از جمله رسانه‌های داخلی و یا فضای مجازی درباره آثار مصرف و فرآورده‌های دارویی، خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، گیاهی، طبیعی، مکمل و همچنین تجهیزات و ملزومات پزشکی و دندانپزشکی و آزمایشی و هرگونه خدمات سلامت ممنوع است و مرتکب به حبس یا جزای نقدی درجه ۶ و محرومیت از فعالیت شغلی و اجتماعی برای ۲ تا ۵ سال محکوم می‌شود و در صورتی که به مصرف‌کننده خسارتی وارد شود علاوه بر جبران معادل ۲ تا ۵ برابر خسارت به‌عنوان جزای نقدی به مجازات اضافه می‌شود.

مطابق مقرر فوق ارائه هرگونه اطلاعات نادرست و تبلیغ خلاف واقع در خصوص کالاها و خدمات مندرج

در این ماده جرم دانسته شده است.

معاونت پژوهش‌های

سیاسی - حقوقی

دفاتر: مطالعات

حقوقی

مطالعات فرهنگی

مشخصات گزارش

شماره مسلسل:

۲۴۰۱۳۹۴۰-۵

تاریخ انتشار:

۱۳۹۶/۳/۲۹

با عنایت به اینکه ممکن است در خصوص عبارت «اطلاعات نادرست و تبلیغ خلاف واقع» تفاسیر مختلف و موسعی صورت بگیرد، لذا شورای محترم نگهبان این عبارت را واجد ابهام دانسته و تعیین ضابطه و معیار مشخصی را ضروری دانسته است تا از استنباط‌های متشتت و موسع جلوگیری شود. به نظر می‌رسد انتخاب و پیش‌بینی عبارت مزبور در این ماده به دلیل طیف گسترده و متعدد مواردی بوده است که ممکن است تبلیغ خلاف واقع در آن قالب انجام بگیرد. با این حال با توجه به ایراد شورای محترم نگهبان پیشنهاد می‌شود موارد مندرج در طرح اولیه به ترتیب زیر به عنوان مصادیق اطلاعات نادرست و تبلیغ خلاف واقع در قالب تبصره «۲» به ماده (۱) الحاق گردد:

تبصره «۲» - مصادیق اطلاعات نادرست و تبلیغ خلاف واقع عبارتند از:

۱. اطلاعات اغراق‌گونه و یا اثبات نشده درباره آثار و منافع ناشی از مصرف، خواص، ترکیب، کمیت و کیفیت، منشأ سودمندی، ارزش غذایی و ادعای درمانی در مورد فرآورده‌های مرتبط و روش‌های درمانی و در مورد خدماتی که به تأیید وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان غذا و دارو نرسیده است.
۲. مطالب فریبنده و یا اغراق‌گونه در مورد روش تولید و یا نامگذاری کالا و ارائه خدمات مرتبط با سلامت و روش‌های درمانی و یا اظهارات خلاف واقع پیرامون دارا بودن گواهی و یا مجوز از مراجع داخلی و یا خارجی.
۳. ادعای اثبات نشده و غیرواقعی مبنی بر برخورداری کالا از مجوزهای رسمی و یا رعایت ضوابط سازمان غذا و داروی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سایر سازمان‌های تابعه این وزارتخانه.
۴. ظاهر و نوع مواد به کار رفته در بسته‌بندی، نحوه بسته‌بندی و عرضه کالا موجب فریب و اغوای مصرف‌کننده در مورد ماهیت اصلی آن شود.
۵. مفاد برجسب فاقد اطلاعات اصلی درباره نام عمومی ماده یا محصول، نام تجاری، نام و نشانی تولیدکننده نهایی، وزن، حجم یا تعداد، سری ساخت، تاریخ تولید و انقضای شماره پروانه بهداشتی اخذ شده از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان‌های تابعه، مواد تشکیل‌دهنده و شرایط نگهداری موجود باشد.
۶. مفاد برجسب شامل کلمات، عبارات یا اطلاعات مبهمی باشد که برای عامه مصرف‌کنندگان یا مصرف‌کنندگان خاص آن کالا مناسب و قابل فهم نباشد یا مفهومی مغایر با اصل، القا نماید.
۷. استفاده از افزودنی تغییردهنده مشخصه ظاهری نظیر طعم، رنگ و عطر بدون درج نام و منشأ آن در برجسب کالا.

ایراد دوم

در بند «۲» ایرادات شورای محترم نگهبان مقرر شده است: در تبصره ماده (۱)، منظور از عبارت «عناوین مشابه» روشن نیست. توضیح اینکه؛ تبصره ماده یک مصوبه مجلس مقرر می‌دارد: انتشار تبلیغات موضوع این قانون از سوی رسانه‌های جمعی موجب محکومیت مدیر مسئول در رسانه‌های چاپی یا عناوین مشابه به مجازات مندرج در این قانون می‌باشد. با توجه به اینکه در این قانون برای تمامی رسانه‌های جمعی مسئولیت پیش‌بینی شده است، لذا لازم است تا شخصی که در رسانه مزبور دارای مسئولیت می‌باشد به عنوان فردی که مسئولیت متوجه او می‌گردد تعیین شود. در رسانه‌های مکتوب و سایت‌ها؛ مدیر مسئول به عنوان فردی که مسئولیت متوجه او می‌باشد معرفی شده است و در خصوص سایر رسانه‌ها از عبارت «عناوین مشابه» استفاده شده است تا حسب مورد فردی که دارای مسئولیت مستقیم در انتشار و پخش آگهی‌های تبلیغاتی است مسئول

شناخته شود. در هر صورت شورای محترم نگهبان عبارت «عناوین مشابه» را دارای ابهام دانسته است. با عنایت به توضیحات گفته شده پیشنهاد می‌شود جهت رفع ایراد مطرح شده عبارت «یا مسئول مربوطه» جایگزین عبارت «عناوین مشابه» گردد.

ایراد سوم

علاوه بر دو ایراد فوق‌الذکر، در بند «۲» ایرادات شورای محترم نگهبان مقرر شده است: در تبصره ماده (۱) از این جهت که مشخص نیست آیا جبران خسارت شامل مواردی نیز می‌شود که ورود خسارت منتسب به تبلیغ‌کننده نمی‌باشد، ابهام دارد؛ پس از رفع ابهامات مذکور اظهار نظر خواهد شد.

توضیح اینکه در ماده (۱) برای مرتکب مجازات حبس یا جزای نقدی درجه (۶) پیش‌بینی شده است. با توجه به اینکه جزای نقدی درجه (۶) در مواردی که به فرد در اثر مصرف کالای مزبور آسیب و خسارتی وارد شده باشد بازدارنده نمی‌باشد؛ لذا در انتهای این ماده گفته شده است در صورت ورود خسارت به مصرف‌کننده معادل دو تا پنج برابر خسارت وارد شده به جزای نقدی مرتکب اضافه می‌گردد. شورای محترم نگهبان در بند دوم ایراد خود بیان داشته است از آنجا که مشخص نیست آیا جبران خسارت شامل مواردی نیز می‌شود که ورود خسارت منتسب به تبلیغ‌کننده نمی‌باشد ابهام دارد. از این رو پیشنهاد می‌شود برای رفع ایراد مزبور در متن ماده عبارت ذیل جایگزین عبارت «در صورتی که به مصرف‌کننده ... اضافه می‌شود» شود: «همچنین مرتکب با رعایت قواعد عمومی مربوط به مسئولیت مدنی ملزم به جبران خسارت وارد شده به مصرف‌کننده می‌باشد در این صورت معادل دو تا پنج برابر خسارت مزبور به‌عنوان جزای نقدی به مجازات مذکور اضافه می‌گردد».

جمع‌بندی

در این گزارش ضمن بررسی ایرادات شورای محترم نگهبان در خصوص طرح ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت، پیشنهادهای اصلاحی برای رفع ایرادات مزبور ارائه شد.

