

Fimmtudaginn 25. febrúar 1999.

Nr. 415/1998.

Ákærvaldið

(Bogi Nilsson ríkissaksóknari)

gegn

Jóni Snorra Snorrasyni

(Sigurður G. Guðjónsson hrl.)

Áfengisauglýsingar. Tjáningarfrelsi. Stjórnarskrá. Mannréttindasáttmáli. Ábyrgð á prentuðu máli.

J, framkvæmdastjóri bjórframleiðanda, var ákærður fyrir að hafa birt bjórauglýsingar á flettiskilti, í dagblaði og í útvarpi. Talið að J bæri ábyrgð á birtingu auglýsinganna og að þær brytu í bága við ákvæði 20. gr. áfengislaga um bann við áfengisauglýsingum. Hvorki var fallist á að bann gegn auglýsingum sem þessum fæli í sér brot gegn 73. gr. stjórnarskrárinnar né 10. gr. mannréttindasáttmála Evrópu enda væri ljóst að tilgangur bannsins væri að vinna gegn misnotkun áfengis og þeim vandamálum sem af henni hljótask. Þau rök sem byggju að baki banninu ættu sér því efnislega stöð í 3. mgr. 73. gr. stjórnarskrárinnar og 2. mgr. 10. gr. mannréttindasáttmálans. Var J dæmdur til greiðslu sektar.

Dómur Hæstaréttar.

Mál þetta dæma hæstaréttardómararnir Pétur Kr. Hafstein, Guðrún Erlendsdóttir, Haraldur Henrysson, Hjörtur Torfason og Hrafn Bragason.

Ríkissaksóknari skaut málinu til Hæstaréttar 12. október 1998 samkvæmt 148. gr., sbr. b- og c-lið 147. gr. laga nr. 19/1991 um meðferð opinberra mála, sbr. lög nr. 37/1994, og krefst hann þess að ákærði verði sakfelldur samkvæmt ákæru og honum ákvörðuð refsing.

Ákærði krefst staðfestingar héraðsdóms.

I.

Auglýsingar þær, sem ákært er fyrir í málinu, birtust með þrennum hætti. Í fyrsta lagi hefur birst auglýsing á flettiskilti við Vesturlandsveg frá því snemma sumars 1997. Í öðru lagi kom auglýsing tvisvar í Ríkisútvarpi – sjónvarpi í febrúar 1998. Loks birtist auglýsing sex

sinnnum í Morgunblaðinu vorið og sumarið 1997 og önnur fjórum sinnum í sama blaði í febrúar 1998. Texti auglýsinga þeirra, sem birtust vorið og sumarið 1997, var „6,2% ... nú er Egill STERKUR“. Birtist síðastgreinda orðið á bogadregnum borða. Við birtingu í sjónvarpinu og Morgunblaðinu í febrúar 1998 eru auglýsingarnar óbreyttar að öðru leyti en því, að við textann er bætt orðunum „í Ríkinu þínu í öllum landshlutum“. Auglýsingarnar birtust ætíð á rauðum fleti með gylltum, lóðréttum röndum.

Fram kom hjá ákærða fyrir dómi að Ölgerðin Egill Skallagrímsson ehf. hefði sett bjórinn „Egils STERKUR“ á markað til reynslu í maí 1997 og síðan í almenna dreifingu hjá ÁTVR sex mánuðum síðar. Mynd af dós með slíkum bjór liggur frammi í málinu og birtist orðið „STERKUR“ þar með sama hætti og í fyrrgreindum auglýsingum. Einnig kemur þar fram að styrkleiki bjórsins er 6,2%. Dósir þessar eru rauðar að lit með gylltum, lóðréttum röndum.

Samkvæmt 20. gr. áfengislaga nr. 75/1998, sem er samhljóða 16. gr. a áfengislaga nr. 82/1969, sbr. 8. gr. laga nr. 94/1995, eru hvers konar auglýsingar á áfengi og einstökum áfengistegundum bannaðar. Í 2. mgr. greinarinnar er auglýsing meðal annars skilgreind svo að átt sé við hvers konar tilkynningar til almennings vegna markaðssetningar þar sem sýndar séu í máli eða myndum áfengistegundir eða atriði tengd áfengisneyslu, svo sem áfengisvöruheiti eða auðkenni.

Í 2. gr. áfengislaga er áfengi skilgreint svo, að það sé hver sá neysluhæfur vökvi, sem í er að rúmmáli meira en 2,25% af hreinum vínanda.

Þegar litið er til ofangreindra auglýsinga annars vegar og hins vegar til umbúða þeirrar bjórtegundar, sem Ölgerðin Egill Skallagrímsson ehf. var að hefja sölu á, þegar auglýsingarnar birtust, verður að telja ótvírætt að þær falli undir skilgreiningu 2. mgr. 20. gr. áfengislaga og að birting þeirra hafi verið tengd markaðssetningu bjórsins.

II.

Í 73. gr. stjórnarskrár lýðveldisins Íslands nr. 33/1944, eins og greinin hljóðar nú samkvæmt 11. gr. stjórnarskipunarlaga nr. 97/1995, er kveðið á um tjáningarfrelsi. Segir meðal annars í 2. mgr. greinarinnar að hver maður eigi rétt á að láta í ljós hugsanir sínar, en ábyrgjast verði hann þær fyrir dómi. Ritskoðun og aðrar sambærilegar

tálmanir á tjáningarfrelsi megi aldrei í lög leiða. Í 3. mgr. segir að tjáningarfrelsi megi aðeins setja skorður með lögum í þágu allsherjarreglu eða öryggis ríkisins, til verndar heilsu eða siðgæði manna eða vegna réttinda eða mannorðs annarra, enda teljist þær nauðsynlegar og samrýmist lýðræðishefðum.

Í 10. gr. mannréttindasáttmála Evrópu, sem lögtekinn hefur verið hér á landi, sbr. lög nr. 62/1994, er sambærilegt ákvæði og var það meðal fyrirmynda að nógildandi 73. gr. stjórnarskrárinnar. Segir þar í 1. mgr. að sérhver maður eigi rétt til tjáningarfrelsis og skuli sá réttur einnig ná yfir frelsi til að hafa skoðanir, taka við og skila áfram upplýsingum og hugmyndum heima og erlendis án afskipta stjórnvalda. Í 2. mgr. segir að þar sem af réttindum þessum leiði skyldur og ábyrgð sé heimilt að þau séu háð þeim formreglum, skilyrðum, takmörkunum eða viðurlögum sem lög mæli fyrir um og nauðsyn beri til í lýðræðislegu þjóðfélagi meðal annars vegna almannaheilla, til þess að firra glundroða eða glæpum eða til verndar heilsu eða siðgæði manna. Sambærileg ákvæði eru einnig í 19. gr. alþjóðasamnings um borgaraleg og stjórn mála egi réttindi frá 1966, sem Ísland er aðili að, sbr. auglýsingu nr. 10/1979 í C-deild Stjórnartíðinda.

Vafalaust er að auglýsingar njóta verndar ofangreindra ákvæða, enda er hér um að ræða tjáningarform, sem hefur mikla þýðingu í nútímaþjóðfélagi við upplýsingamiðlun til almennings. Þær skipta og máli fyrir fjárhag fjölmiðla og hafa þar með áhrif á það hvernig þeir sinna hlutverki sínu.

Áður er getið 20. gr. áfengislaga nr. 75/1998, sem felur í sér bann gegn áfengisauglýsingum í innlendum fjölmiðlum. Slíkt bann hefur verið í lögum hér á landi allt frá 1928, en þá gildi hér áfengisbann. Eftir að innflutningur áfengis var leyfður á ný 1935 breyttist þetta þó ekki. Lengst af var einungis skilgreint í reglugerð hvað teljast skyldi áfengisauglýsing. Þegar nógildandi ákvæði var fyrst lögfest með lögum nr. 94/1995 þótti nauðsynlegt til að eyða réttaróvissu að slík skilgreining yrði tekin í lög. Var ákvæðið tekið óbreytt upp við setningu nógildandi laga.

Ekki er að öðru leyti að finna í lögskýringargögnum sérstaka skírskotun til tilgangs löggjafans með banni við auglýsingum á áfengi. Hins vegar verður hér að líta til 1. gr. nógildandi áfengislaga þar sem segir að tilgangur laganna sé að vinna gegn misnotkun áfengis. Í 1. gr.

laga nr. 82/1969, sem í gildi voru, þegar auglýsingarnar birtust, sagði um tilgang þeirra, að hann væri að vinna gegn misnotkun áfengis í landinu og útrýma því böli, sem henni væri samfara. Alkunna er að ofneyslu áfengis fylgja vandamál af ýmsum toga, sem meðal annars varða allsherjarreglu, siðgæði og heilsu. Hafa þau í för með sér mikla byrði fyrir þjóðfélagið í heild. Við munnlegan málflutning fyrir Hæstarétti vísaði ríkissaksóknari til íslenskrar heilbrigðisáætlunar, sem Alþingi samþykkti með þingsályktun 19. mars 1991, en þar er sett fram áætlun í 32 liðum um heilbrigðismál til ársins 2000. Segir þar í 9. lið meðal annars að draga þurfi úr almennri neyslu áfengis og útrýma ofneyslu. Einnig vísaði ríkissaksóknari til stefnumótunar Evrópu-deildar Alþjóðaheilbrigðisstofnunarinnar (WHO) í heilbrigðismálum næstu aldar, en þar eru sett fram stefnumið í áfengismálum, sem meðal annars leggja áherslu á takmarkanir á beinum og óbeinum auglýsingum áfengis og viðurkenningu á slíkum takmörkunum og bönnum í þeim löndum, þar sem um slíkt er að ræða.

Samkvæmt framansögðu verður að telja nægilega ljóst að tilgangur löggjafans með banni á áfengisauglýsingum sé sá að vinna gegn misnotkun áfengis og þeim vandamálum, sem af henni hljótask. Ríkissaksóknari hefur við flutning málsins í Hæstarétti vísað til fræðilegra athugana, sem gerðar hafa verið meðal annars að tilhlutan Alþjóðaheilbrigðisstofnunarinnar um þessi efni, og gefa þær vísbendingar um að áfengisauglýsingar hafi áhrif til aukinnar drykkju, ekki síst meðal yngri aldurshópa.

Þau rök, sem þannig búa að baki 20. gr. áfengislaga, eiga sér efnislega stoð í 3. mgr. 73. gr. stjórnarskrárinnar og 2. mgr. 10. gr. mannréttindasáttmála Evrópu. Löggjafinn hefur metið auglýsingabann áfengis nauðsynlegt og ítrekað það mat eftir að núgildandi tjáningar-frelsisákvæði stjórnarskrárinnar var sett. Svo sem fyrr segir falla auglýsingar þær, sem ákært er fyrir í máli þessu, undir skilgreiningu 20. gr. áfengislaga og verður að telja þær þannig fram settar að þær feli í sér hvatningu til kaupa á áfengi. Er ekki á það fallist að beiting laga-greinarinnar gagnvart slíkum auglýsingum feli í sér brot gegn ofan-greindum ákvæðum stjórnarskrár og mannréttindasáttmála Evrópu.

III.

Nú verður fjallað um einstaka ákæruliði og refsíabyrgð ákærða.

Ákæruliður 1.

Hér er ákært fyrir auglýsingu á flettiskilti við Vesturlandsveg á móts við Stórhöfða 44 í Reykjavík og er auglýsingunni rétt lýst í ákæru, sbr. og kafla I hér að framan. Málningarverksmiðjan Harpa hf. mun vera eigandi flettiskiltis þessa en Ölgerðin Egill Skallagrímsson ehf., sem ákærði er framkvæmdastjóri fyrir, fékk skiltið að hluta á leigu til birtingar á umræddri auglýsingu. Auglýsingin var samin og sett upp af starfsmönnum fyrirtækisins, er lutu stjórn ákærða og verður að líta svo á framburð hans fyrir dómi að hann hafi ákveðið að birta umrædda auglýsingu með þessum hætti. Með vísan til þess, sem áður hefur verið rakið, telst ákærði brotlegur við þau ákvæði áfengislaga, sem tilgreind eru í ákæru, og skiptir eignarhald á umræddu flettiskilti ekki máli varðandi refsíabyrgð hans.

Ákæruliður 2.

Um er að ræða auglýsingu, er birtist í Ríkisútvarpinu – sjónvarpi 10. og 11. febrúar 1998, og réttilega er lýst í ákæru, sbr. og kafla I hér að framan. Er óumdeilt að auglýsingin var birt á ábyrgð ákærða. Braut hann með því tilgreind ákvæði áfengislaga í ákæru og bakaði sér refsíabyrgð samkvæmt 5. mgr. 35. gr. útvarpslaga nr. 68/1985.

Ákæruliðir 3 og 4.

Hér er ákært fyrir auglýsingar, sem birtust í Morgunblaðinu. Annars vegar auglýsingu 8., 15. og 16. maí, 30. og 31. júlí og 1. ágúst 1997. Hins vegar auglýsingu, sem kom í blaðinu 10., 11., 12. og 14. febrúar 1998. Er auglýsingunum réttilega lýst í ákæru, sbr. og kafla I hér að framan.

Við yfirheyrslu fyrir dómi sagði ákærði um þessar auglýsingar að enginn einn væri höfundur þeirra. Þær væru unnar af hópi manna innan fyrirtækisins. Væri hann einn úr þeim hópi og bæri ábyrgð á honum.

Auglýsingar þessar teljast samkvæmt framansögðu brot á tilgreindum ákvæðum áfengislaga í ákæru. Í 15. gr. laga nr. 57/1956 um prentrétt eru ákvæði um ábyrgð á efni blaða, eins og hér um ræðir. Segir þar að höfundur beri refsi- og fébótaábyrgð á efni ritsins, ef hann hefur nafngreint sig og er auk þess annaðhvort heimilisfastur hér á landi, þegar ritið kemur út, eða undir íslenskri lögsögu þegar mál er höfðað. Þá segir að hafi enginn slíkur höfundur nafngreint sig, beri

útgefandi eða ritstjóri ábyrgðina, því næst sá er hefur ritið til sölu eða dreifingar, og loks sá, sem annast hefur prentun þess eða letrun.

Hér er fjallað um auglýsingar, sem fyrirtæki ákærða hefur keypt rúm fyrir í umræddu blaði. Óumdeilt er og viðurkennt, svo sem áður segir, að hún er samin á vegum fyrirtækisins undir stjórn ákærða. Auglýsingin varðar tiltekna vöru fyrirtækisins og auk þess koma þar fram auðkenni, sem með greinilegum hætti vísa til þessa fyrirtækis og vörumerkis, sem það hefur fengið skráð. Er hér átt við vörumerki nr. 452, sem skráð var 31. október 1988, með nafninu „EGILL STERKI“. Að þessu virtu verður að telja að fyrir liggi nafngreining, sem fullnægi ákvæði 15. gr. laga nr. 57/1956. Telst ákærði samkvæmt því ábyrgur fyrir birtingu umræddra auglýsinga í Morgunblaðinu.

IV.

Ákveða ber ákærða refsingu samkvæmt 27. gr. áfengislaga nr. 75/1998, en með hliðsjón af 33. gr. áfengislaga nr. 82/1969, sbr. 2. gr. almennra hegningarlaga nr. 19/1940. Við ákvörðun refsingar verður tekið tillit til þess að ákærði hefur ekki áður gerst brotlegur við lög. Á hinn bóginn verður að líta til þess að um er að ræða mörg brot og einnig spannar brot samkvæmt 1. ákærulið langt tímabil. Brotin eru og framin í ávinningsskyni og varða mikilvæga hagsmuni. Með allt þetta í huga þykir refsingin hæfilega ákveðin sekt í ríkissjóð að fjárhæð 1.500.000 krónur, sem greiðist innan fjögurra vikna frá birtingu dómsins. Verður vararefsing ákveðin eins og í dómsorði greinir.

Í ákæru var krafist upptöku á tilgreindum búnaði. Málinu hefur ekki verið áfrýjað að þessu leyti og verður því ekki tekin afstaða til þeirrar kröfu.

Dæma ber ákærða til greiðslu sakarkostnaðar í héraði og fyrir Hæstarétti, eins og í dómsorði segir.

D ó m s o r ð :

Ákærði, Jón Snorri Snorrason, greiði 1.500.000 krónur í sekt til ríkissjóðs innan fjögurra vikna frá birtingu dóms þessa en sæti ella fangelsi í þrjá mánuði.

Ákærði greiði allan kostnað málsins í héraði og fyrir Hæsta-

rétti, þar með talin saksóknarlaun í ríkissjóð, 250.000 krónur, og málsvarnarlaun skipaðs verjanda síns, Sigurðar G. Guðjónssonar hæstaréttarlögmanns, 250.000 krónur.

Dómur Héraðsdóms Reykjavíkur 9. október 1998.

Árið 1998, föstudaginn 9. október, er á dómþingi Héraðsdóms Reykjavíkur, sem háð er í Dómhúsinu við Lækjartorg af Guðjóni St. Marteinsyni héraðsdómara, kveðinn upp dómur í málinu nr. S-532/1998: Ákærvaldið gegn Jóni Snorra Snorrasyni, en málið var fyrst dómtekið 17. september sl. og á ný eftir framhaldsmeðferð í dag.

Málið er höfðað með ákæru útgefni 26. maí 1998 á hendur „Jóni Snorra Snorrasyni, kt. 071255-4099, Hjallalandi 24, Reykjavík, fyrir áfengislagabrot framin á árunum 1997 og 1998, með því að hafa sem framkvæmdastjóri Ölgerðarinnar Egill Skallagrímsson ehf., Grjóthálsi 7-11, Reykjavík, birt eða látið birta eftirgreindar auglýsingar á áfengum bjór af tegundinni „Egill Sterkur“:

1. Auglýsingu á flettiskilti við Vesturlandsveg, á móts við Stórhöfða 44, Reykjavík, sem birst hefur þar óslitið frá því snemma sumars 1997, en í texta hennar sem er á rauðum fleti með gylltum röndum segir „6,2 %... nú er Egill STERKUR“.

Telst þetta varða við 16. gr. a, sbr. 33. gr., áfengislaga nr. 82/1969, sbr. 8. gr. laga nr. 94/1995 og 5. gr. laga nr. 52/1978.

2. Auglýsingu er birtist 10. og 11. febrúar 1998 í Ríkisútvarpinu-sjónvarpi, en í texta hennar sem er á rauðum fleti með gylltum röndum segir „6,2%... nú er Egill STERKUR í Ríkinu þínu í öllum landshlutum“.

Telst þetta varða við framangreind lagaákvæði, sbr. 5. mgr. 35. gr. útvarpslaga nr. 68/1985.

3. Auglýsingu er birtist í Morgunblaðinu sem kom út 8. maí (bls. 75), 15. maí (bls. 4-B og 77), 16. maí (bls. 21), 30. júlí (bls. 51), 31. júlí (bls. 47) og 1. ágúst 1997 (bls. 44 og 48), en í texta auglýsingarinnar sem er á rauðum fleti með gylltum röndum segir: „6,2... nú er Egill STERKUR“.
4. Auglýsingu er birtist í Morgunblaðinu er út kom þann 10. febrúar (bls. 6), 11. febrúar (bls. 6), 12. febrúar (bls. 6) og 14. febrúar 1998 (bls. 6), en í texta hennar sem er á rauðum fleti með gylltum röndum segir: „6,2% ... nú er Egill STERKUR í Ríkinu þínu í öllum landshlutum“.

Brotin í liðum 3 og 4 teljast varða við sömu lagaákvæði og greinir í ákærulið 1, sbr. 15. gr. laga um prentrétt nr. 57/1956.

Þess er krafist, að ákærði verði dæmdur til refsingar.

Þess er enn fremur krafist að Ölgerðin Egill Skallagrímsson ehf. verði með vísan til 1. tl. 1. mgr. 69. gr. almennra hegningarlaga nr. 19/1940 gert að sæta upptöku á framangreindri auglýsingu á flettiskilti við Vesturlandsveg, sbr. ákærulið 1.“

Verjandi ákærða krefst aðallega sýknu af öllum kröfum ákæruvaldsins en til vara vægustu refsingar sem lög leyfa. Krafist er málsvarnarlauna úr ríkissjóði að mati dómsins.

Lögreglurannsókn máls þessa hófst eftir að vegfarandi vakti athygli lögreglunnar með bréfi dags. 26. október 1997 á „ólöglegri áfengisauglýsingu“ við Vesturlandsveg og er þar átt við auglýsinguna á flettiskiltinu, sem lýst er í 1. lið ákærunnar. Eftir þetta fór lögreglan á vettvang á Vesturlandsvegi, ljósmyndaði auglýsingaskiltið og síðar var aflað gagna, sem sýna að mati ákæruvaldsins ólöglegar auglýsingar á áfengum bjór og ákært er út af í öðrum ákæruliðum.

Tekin var skýrsla af ákærða, sem neitaði sök.

Vegna rannsóknar sakarefnis sem lýst er í ákæru lið 2 var tekin vitnaskýrsla af auglýsingastjóra Ríkisútvarpsins og vegna rannsóknar sakarefna sem lýst er í ákæru liðum 3 og 4 voru teknar skýrslur af ritstjórum Morgunblaðsins. Ekki þykir ástæða til að rekja efni þessara lögregluskýrslna.

Verður nú rakinn framburður ákærða fyrir dómi og hjá lögreglu að hluta, en engin vitni voru kvödd fyrir dóminn, enda ekki ágreiningur um málavexti, heldur um það hvort birting auglýsinganna hafi verið brot gegn lagaákvæðunum sem lýst er í ákærunni og hvort birtingin baki ákærða refsíábyrgð.

Ákærði, sem var framkvæmdastjóri Ölgerðarinnar Egill Skallagrímsson ehf. á þeim tíma er í ákærunni greinir, neitar sök. Hann kvað auglýsingarnar sem ákært er út af birtar með sínu samþykki sem framkvæmdastjóra. Ákæran sé því rétt varðandi það að hann hafi birt eða látið birta auglýsingarnar. Hann kvað afstöðu sína hina sömu til allra ákæru liðanna og í engu tilvikanna væri um að ræða áfengisauglýsingu í skilningi áfengislaga. Hann kvað unnt að skilja auglýsingarnar og textann í þeim á marga vegu. Fyrst og fremst væri verið að auglýsa fyrirtækið sjálft, en mismunandi væri hvað fólk læsi út úr auglýsingunum og nefndi ákærði dæmi þar um.

Ákærði lýsti því fyrir dómi og hjá lögreglu að auglýsingin í 1. tl. ákærunnar hefði verið samin hjá markaðs- og hönnunardeild fyrirtækisins, sem heyrir undir ákærða sem framkvæmdastjóra og hann samþykkt birtingu auglýsingarinnar. Fyrirtækið hafi síðan leigt auglýsingaflötinn á flettiskiltinu en hann kvaðst ekki vita hvernig auglýsingin var sett upp.

Um 2. lið ákærunnar kvaðst ákærði hafa samþykkt birtingu auglýsingarinnar í sjónvarpinu.

Ákærði kvað engan einn starfsmann fyrirtækisins höfund textans í auglýsingunum, sem lýst er í ákæru liðum 3 og 4 og birtust í Morgunblaðinu. Hann

kvaðst einn höfundanna og bera ábyrgð á þeim hópi sem vann auglýsinguna innan fyrirtækisins. Hann taldi að Morgunblaðið hefði ekki birt þessar auglýsingar væru þær taldar áfengisauglýsingar.

Niðurstöður.

Eftir útgáfu ákæru tóku í gildi ný áfengislög nr. 75/1998 og eru lögín óbreytt frá fyrri áfengislögum að því er refsínæmi verknaðar varðar. 20. gr. núgildandi áfengislaga er þannig samhljóða 16. gr. a eldri áfengislaga nr. 82/1969, sbr. 8. gr. laga nr. 94/1995, sem vísað er til í ákærunni. Hér á eftir er því fjallað um nýju áfengislögin.

20. gr. áfengislaga nr. 75/1998 hljóðar svo:

„Hvers konar auglýsingar á áfengi og einstökum áfengistegundum eru bannaðar. Enn fremur er bannað að sýna neyslu eða hvers konar aðra meðferð áfengis í auglýsingum eða upplýsingum um annars konar vörur eða þjónustu.

Með auglýsingu er átt við hvers konar tilkynningar til almennings vegna markaðssetningar þar sem sýndar eru í máli eða myndum áfengistegundir eða atriði tengd áfengisneyslu, svo sem áfengisvöruheiti eða auðkenni, eftirlíkingar af áfengisvarningi, spjöld eða annar svipaður búnaður, útstillingar, dreifing prentaðs máls og vörusýnishorna og þess háttar.

Bannið tekur með sama hætti til auglýsinga sem eingöngu fela í sér firmanafn og/eða firmamerki áfengisframleiðanda. Þó er framleiðanda sem auk áfengis framleiðir aðrar drykkjarvörur heimilt að nota firmanafn eða merki í tengslum við auglýsingu þeirra drykkja, enda megi augljóst vera að um óáfenga drykki sé að ræða í skilningi laganna og ekki vísað til hinnar áfengu framleiðslu.

Undanþegið banni við áfengisauglýsingum er:

1. Auglýsingar á erlendum tungumálum í erlendum prentritum sem flutt eru til landsins, nema megintilgangur ritsins eða innflutningsins sé að auglýsa áfengi.
2. Auðkenni með firmanafni og/eða firmamerki á venjulegum búnaði til áfengisveitinga á veitingastað þar sem áfengisveitingar eru heimilaðar.
3. Auðkenni með firmanafni og/eða firmamerki á flutningatækjum áfengisframleiðanda, vöruumbúðum, bréfsefni eða öðru sem beinlínis tengist starfsemi hans.“

Þegar texti auglýsinganna er skoðaður er hugsanlegt að upp í hugann komi eitthvað annað en auglýsing á áfengum bjór af tegundinni „Egill Sterkur“. En þegar texti, útlit og auðkenni auglýsinganna er skoðað í heild, og það borið saman við útlit umbúða bjórsins „Egill Sterkur“, telur dómurinn ljóst að allar auglýsingarnar sem ákært er út af falla undir skilgreininguna í 2. mgr. 20. gr. áfengislaganna, sbr. áður 16. gr. a áfengislaga, og auglýsingarnar tengist allar

markaðssetningu á áfengum bjór af tegundinni sem lýst var og af auglýsingunum sé augljóst að um sé að ræða auðkenni sem snerta þessa bjórtegund.

Ákæruliður 1.

Ákærði lýsti fyrir dóminum, og gögn málsins bera það með sér, að Ölgerðin Egill Skallagrímsson ehf. er ekki eigandi flettiskiltisins. Fyrirtækið tók auglýsingaflötinn á leigu. Tekin var ákvörðun hjá þeim sem annast markaðs- og kynningarmál, og með samþykki ákærða, að láta birta þessa auglýsingu. Í 27. gr. áfengislaga nr. 75/1998, sbr. áður 33. gr. áfengislaga nr. 82/1969, er lýst viðurlögum við brotum gegn lögnum. Í lagaákvæðinu segir ekkert um það hver skuli bera refsíðabyrgð þegar svo háttar sem í máli þessu þar sem viðsejandi ölgerðarinnar á og rekur flettiskiltið, setur upp og birtir auglýsinguna. Að þessu leyti eru áfengislögin ólík útvarpslögnum og lögnum um prentrétt sem fjallað verður um síðar. En í þeim lögum er skýrt kveðið á um það hver beri refsíðabyrgðina. Af þessum sökum er ekki unnt að slá því föstu að það sé ákærði sem beri refsíðabyrgð eins og hér stendur á. Vísast að þessu leyti til sömu röksemda og lýst er í niðurstöðu við 3. og 4. tölulið ákærunnar hér á eftir um meginreglu 69. gr. stjórnarskrárinnar, sbr. 7. gr. stjórnskipunarlaga nr. 97/1995, 1. gr. almennra hegningarlaga nr. 19/1940 og 7. gr. mannréttindasáttmála Evrópu, sbr. lög nr. 62/1994 um það að engum manni verði gerð refsing nema lög mæli háttsemi refsiverða. Ber samkvæmt þessu að sýkna ákærða af þessum ákærulið.

Ákæruliður 2.

Samkvæmt 5. mgr. 35. gr. útvarpslaga nr. 68/1985 ber auglýsandi refsí- og fébótaábyrgð á auglýsingu. Ölgerðin Egill Skallagrímsson ehf. er auglýsandinn og ákærði framkvæmdastjóri og ber sem slíkur ábyrgð. Hann samþykkti að auglýsingin yrði birt eða lét birta hana svo sem rakið var að framan. Því er áður lýst að dómurinn telur að auglýsing sú, sem birtist í Ríkisútvarpinu-sjónvarpi 10. og 11. febrúar 1998, falli undir skilgreininguna í 2. mgr. 20. gr. áfengislaganna og teljist því áfengisauglýsing í skilningi laganna.

Verjandi ákærða taldi hin fortakslausu ákvæði áfengislaganna ósamrýmanleg 73. gr. stjórnarskrárinnar og 10. gr. mannréttindasáttmála Evrópu.

Í 73. gr. stjórnarskrárinnar, sbr. 11. gr. stjórnskipunarlaga nr. 97/1995, segir: „Allir eru frjálsir skoðana sinna og sannfæringar.

Hver maður á rétt á að láta í ljós hugsanir sínar, en ábyrgjast verður hann þær fyrir dómi. Ritskoðun og aðrar sambærilegar tálmanir á tjáningarfrelsi má aldrei í lög leiða.

Tjáningarfrelsi má aðeins setja skorður með lögum í þágu allsherjarreglu eða öryggis ríkisins, til verndar heilsu eða siðgæði manna eða vegna réttinda eða

mannorðs annarra, enda teljist þær nauðsynlegar og samrýmist lýðræðis-hefðum.“

Tjáningarfrelsisákvæðið tekur til auglýsinga eins og þeirra sem hér um ræðir. Tjáningarfrelsið verður ekki skert nema að uppfylltum þeim skilyrðum sem talin eru upp í greininni. Skerðing sú á tjáningarfrelsinu, sem lýst er í 20. gr. áfengislaganna, hlýtur að vera reist á því að skerðingin sé nauðsynleg í því skyni að vernda heilsu manna. Önnur skilyrði 73. gr. stjórnarskrárinnar koma ekki til álita.

Dómurinn telur 73. gr. stjórnarskrárinnar fela það í sér að skerðing tjáningarfrelsisins megi aldrei vera meiri en nauðsynlegt sé til að ná þeim markmiðum sem skerðingin miðar að. Hér til að vernda heilsu fólksins í landinu. Auglýsingabannið á sér gamla sögu og rætur í samfélagi sem var ólíft því sem nú er. Þá hefur inntak tjáningarfrelsisákvæðisins rýmkað í seinni tíð eins og ráða má t.d. af dómaframkvæmd. Til að unnt sé að meta hvort hið fortakslausa auglýsingabann og skerðing tjáningarfrelsisins, sem lýst er í 20. gr. áfengislaganna, hafi verið nauðsynleg, af þeim sökum sem hér um ræðir, þurfa að mati dómsins að liggja fyrir einhver gögn eða að vera unnt að ráða af lögskýringargögnum hver rökin eru. Hvorugu er til að dreifa að mati dómsins. Dómurinn telur að tjáningarfrelsið verði ekki skert með lögum án slíkra raka. Af þessum sökum verður ákærði látinn njóta vafans við endanlegt mat á því hvort 20. gr. áfengislaganna fái samrýmst 73. gr. stjórnarskrárinnar. Dómurinn telur að einnig beri að líta til þeirra hagsmuna sem skerðing tjáningarfrelsisins kemur niður á. Í þessu máli eru það hagsmunir Ölgerðarinnar Egill Skalla-grímsson ehf. og ákærða sem framkvæmdastjóra f.h. fyrirtækisins á því að eiga þess kost hér á landi að markaðssetja framleiðslu sína á þann hátt sem tíðkast nú á tímum og á sama hátt og erlendir samkeppnisaðilar, sem auglýsa sam-bærilega vöru beint og óbeint á ýmsan hátt hér á landi, t.d. í erlendum blöðum, eins og lýst er heimilt skv. undanþáguákvæði 1. tl. 4. mgr. 20. gr. áfengislaganna. Með hinu stranga banni er framleiðendum áfengs bjórs hér á landi gert ókleift að auglýsa löglega framleiðslu sína. Þá takmarkar hið skerta tjáningarfrelsi rétt fólksins í landinu til upplýsinga.

Að þessu virtu telur dómurinn verulegan vafa leika á því hvort hið fortakslausa ákvæði áfengislaganna um auglýsingabann fái samrýmst 73. gr. stjórnarskrárinnar. Því er rétt að láta ákærða njóta vafans og slá því föstu að 73. gr. stjórnarskrárinnar hafi tryggt réttinn til birtingar auglýsingarinnar. Ber því að sýkna ákærða af þessum ákærulið.

Ákæruliðir 3 og 4.

Auglýsingarnar sem hér um ræðir voru birtar í Morgunblaðinu. Auglýsingarnar voru samdar í hópvinnu innan fyrirtækisins og settar upp af aðila undir

stjórn ákærða. Auglýsingarnar bera hvorki með sér nafn höfundar né auglýsanda, þó ráða megi í hið síðargreinda. Í ákærinni er ákærði talinn bera refsíðabyrgð á grundvelli 15. gr. laga um prentrétt nr. 57/1956, en þar segir:

„Um ábyrgð á efni annarra blaða eða tímarita en þeirra, er getur í 14. gr., gilda þessar reglur:

Höfundur ber refsí- og fébótaábyrgð á efni ritsins, ef hann hefur nafngreint sig og er auk þess annaðhvort heimilisfastur hér á landi, þegar ritið kemur út, eða undir íslenskri lögsögu, þegar mál er höfðað.

Ef enginn slíkur höfundur hefur nafngreint sig, ber útgefandi rits eða ritstjóri ábyrgðina, því næst sá er hefur ritið til sölu eða dreifingar, og loks sá, sem annast hefur prentun þess eða letrun.“

Enginn höfundur er nafngreindur á þann hátt sem áskilið er í lögunum og ákærði er ekki höfundur. Því er lýst í 3. mgr. 15. gr. laga um prentrétt hvernig með skuli fara er þannig háttar. Engu skiptir þótt ráða megi í það hver auglýsandinn er. Þótt ákærði hafi lýst því fyrir dómnum að vinna við gerð auglýsinga hafi verið unnin innan fyrirtækisins og undir hans stjórn, þá leiðir það ekki til þess að ákærði beri refsíðabyrgð. Refsíðabyrgð geta menn ekki tekið á sig með yfirlýsingum eins og þeirri hjá ákærða, að vinnan við auglýsingarnar hafi verið unnin hjá fyrirtækinu er hann stjórnar. Lög verða að mæla fyrir um refsinaemi háttseminnar, sbr. meginreglu 69. gr. stjórnarskrárinnar, 1. gr. almennra hegningarlaga og 7. gr. mannréttindasáttmála Evrópu sem vitnað var til við ákærulið 1 að framan.

Það væri að mati dómsins andstætt grundvallarreglunum, sem að ofan greinir, að gera ákærða refsingu eins og hér stendur á. Breytir framburður ákærða þess efnis að hann hafi talið sig bera ábyrgð og menn hafi unnið undir hans stjórn að gerð auglýsinganna engu þar um. Engum verður gerð refsing fyrir aðra háttsemi en lög lýsa refsiverða. Ákvæði 15. gr. laga um prentrétt eru skýr að þessu leyti og ljóst að ákærði ber ekki refsíðabyrgð eins og á stendur í þeim tilvikum sem ákært er út af í þessum ákæruliðum. Ber því að sýkna ákærða.

Vegna starfs ákærða og tengsla hans við Ölgerðina Egill Skallagrímsson ehf. þykir rétt að dæma efnislega um upptökukröfu ákæruvaldsins. Með vísan til niðurstöðunnar í ákærulið 1 ber að sýkna Ölgerðina Egill Skallagrímsson ehf. af upptökukröfunni.

Allur sakarkostnaður greiðist úr ríkissjóði, þar með taldar 120.000 krónur í málsvarnarlaun til Sigurðar G. Guðjónssonar hæstaréttarlögmans.

D ó m s o r ð :

Ákærði, Jón Snorri Snorrason, er sýknaður af öllum kröfum ákærvaldsins.

Ölgerðin Egill Skallagrímsson ehf. er sýknuð af upptökukröfu ákærvaldsins.

Allur sakarkostnaður greiðist úr ríkissjóði, þar með taldar 120.000 krónur í málsvarnarlaun til Sigurðar G. Guðjónssonar hæstaréttarlögmans.
