



FORBRUKEROMBUDET

Kulturdepartementet

postmottak@kud.dep.no

Deres ref.

Vår ref.

Sak nr: 14/1151-2

Saksbehandler: Helge Blyberg

Dir.tlf: 45230006

Dato:

25.08.2014

Forbrukerombudets høringsuttalelse - NRK-plakaten

Forbrukerombudet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår er i samsvar med markedsføringsloven. For mer informasjon om Forbrukerombudets virksomhet, se www.forbrukerombudet.no.

En diskusjon om eventuell endring av NRK-plakaten reiser en rekke spørsmål av stor samfunnsmessig betydning. I all hovedsak vil jeg bifalle en videreføring av det samfunnsoppdraget NRK har i dag. I denne høringsuttalelsen vil jeg begrense meg til å kommentere særlige spørsmål rundt NRKs virksomhet som knytter seg opp til de ansvarsområder jeg har i mitt tilsyn etter markedsføringsloven.

Det ikke-kommersielle NRK og beskyttelse av barn

Det er en generell tendens at skillet mellom redaksjonelt innhold og kommersielle budskap blir mer uklart. Dette gjelder på tvers av alle medier, og det viktige markedsføringsrettslige prinsippet om at reklame klart skal fremstå som reklame og som sådan være lett identifiserbar for forbrukerne blir satt under press. Listen over eksempler er lang: Innholdsmarkedsføring og tekstreklame i tekstbaserte medier, produktplassering og sponing i audiovisuelle medier, liberalisering av reklameavbruddsregler i kringkasting, spill for barn som kan lastes ned gratis men som inneholder kjøpsoppfordringer, og personlige anbefalinger i sosiale medier som utelater informasjon om budskapets kommersielle hensikt.

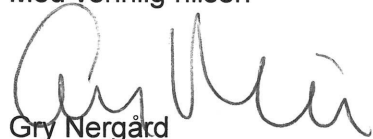
Barn har et særlig behov for beskyttelse mot kommersielt press, og har lovfestet vern mot urimelig markedsføring som er strengere enn hva som gjelder voksne forbrukere. Regelverket gjelder for alle næringsdrivende, men de ovennevnte utviklingstrekkene gjør at barn i stadig større grad og på et tidligere stadium eksponeres for markedsføring som kan være problematisk. Da er det et positivt at det finnes gode, ikke-kommersielle medietilbud som barna kan bruke. Det er min vurdering at NRK i dag tar dette på alvor, blant annet ved sitt multimediale tilbud NRK Super.

Det er likevel enkelte områder hvor det bør vurderes om kravene til NRKs ikke-kommersialitet bør gjennomgås med tanke på en eventuell innstramming. Etter gjeldende NRK-plakat kan NRK ha reklame på internett, med unntak for nettsider som har barn som målgruppe. Etter hva jeg er kjent med har NRK selv valgt å fjerne reklame fra sine nettsider, og denne praksisen bør gjenspeiles ved at adgangen til å ha slik reklame fjernes. For øvrig bør strenge krav til nøktern sponsoridentifisering også videreføres.

Forbrukerombudet har tidligere påpekt utfordringer knyttet til bruk av SMS-tjenester for å betale for interaktivitet i programmer hos NRK som appellerer til barn, samt spørsmål som reises av spin-off-produkter, særlig i programmer som appellerer til barn. NRK skal allerede være varsomme med å tilby innhold som utsetter publikum for kommersielt press, og denne forutsetningen må videreføres.

Departementet spør hvilken betydning det bør ha for NRKs samfunnsoppdrag at selskaper i økende grad møter konkurranse fra internasjonale aktører. NRK har en viktig rolle å spille ved å tilby forbrukerne muligheten til å bruke reklamefrie medietjenester. Å kunne velge et reklamefritt alternativ er av selvstendig verdi for mange forbrukere. Blant annet på grunn av at regelverk og kultur for (samt holdninger til) reklame varierer fra land til land, bidrar det globaliserte mediemarkedet til å kunne gjøre det utfordrende for forbrukere å skjerme seg selv eller sine barn for kommersielt press dersom de ønsker det. Da er det et gode at NRK møter internasjonale medieaktører med et konkurransedyktig tilbud for å kunne representere et ikke-kommersielt alternativ.

Med vennlig hilsen



Gry Nergård
forbrukerombud