

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep
0030 OSLO

Sendes også pr e-post til postmottak@kud.dep.no

Postadresse: NRK juridisk avd.
0340 Oslo
Besøksadresse: Bj. Bjørnsons pl. 1

Sentralbord: 23 04 87 91
Telefaks: 23 04 71 03
E-post: olav.nyhus@nrk.no

Norsk rikskringkasting as
Foretaksreg.: N0976 390 512 MVA

www.nrk.no

Deres ref:
2009/00371ME/ME3 AHU:elt

Vår ref.:
ONYH

Dato:
17. februar 2011

HØRING – forslag til regler om produktplassering og korte nyhetsreportasjer for gjennomføring av AMT-direktivet i norsk rett mv.

1. Innledning

Vi viser til Kulturdepartementets brev datert 17. november 2010 med høringsnotat om forslag til endringer i kringkastingsloven og i åndsverkloven.

Vi vil i det følgende redegjøre for NRKs merknader til departementets vurderinger og de konkrete lovforslagene.

2. Nærmere om de konkrete forslagene til bestemmelser

2.1 Produktplassering

Departementet foreslår i tråd med AMT-direktivet at det innføres et generelt forbud mot produktplassering i fjernsynsprogrammer og såkalte audiovisuelle bestillingstjenester. Samtidig foreslås unntak ved at det åpnes for produktplassering i visse programkategorier.

Da departementet i 2009 gjennomførte en høringsrunde om implementering av direktivet, uttalte NRK støtte til en viss åpning for produktplassering i enkelte programkategorier. I et relativt lite kultursamfunn som Norge, er det vanskelig å få finansiert kostbare audiovisuelle produksjoner - og særskilt for fjernsyn. Vi tror, som departementet, at det å tillate produktplassering vil kunne bidra til å øke tilbudet av norske fjernsynsproduksjoner.

Om særregel for NRK

NRK ga videre uttrykk for at vi under rådende rammevilkår ikke ser det som aktuelt å åpne for produktplassering i våre egne produksjoner. Vi er fortsatt av samme oppfatning. Departementets forslag innebærer imidlertid at særforbudet for NRK omfatter mer enn NRKs egne produksjoner: Heller ikke eksterne produsenter skal kunne motta finansieringstilskudd for produktplassering i programmer som skal vises av NRK. Vi mener dette er uheldig.

Vi mener både kulturpolitiske og retts tekniske hensyn tilsier at eksterne produsenter bør ha samme mulighet for slik tilleggsfinansiering, uavhengig av om programmene skal sendes i NRKs kanaler eller av andre kringkastere.

En slik finansieringsmulighet vil kunne fungere som et økonomisk incitament for å sette flere av NRKs produksjoner ut til eksterne produsenter. For produsentene vil økt eksternfinansiering bidra til bedre økonomi. En økt finansieringsandel for produsentene vil i tillegg bidra til at deres rettigheter i produksjonen styrkes.

Disse hensyn ble tillagt vekt da regelverket for sponsortilskudd til NRK ble endret i 2001. Man var da bevisst på at innskrenkningen av NRKs muligheter for å motta sponsorstøtte, ikke skal gjelde for programmer som produseres for NRK av eksterne produsenter. Følgelig er det for eksempel tillatt for eksterne produsenter å motta sponsorstøtte til dramaproduksjoner som produseres på oppdrag for NRK.

Vi har vanskelig for å se at det foreligger noen prinsipiell begrunnelse for å regulere sponsortilskudd og produktplassering forskjellig. For produsentene vil det være en fordel om produktplassering tillates uavhengig av hvem de produserer for.

I tillegg mener vi forskjellsbehandlingen er retts teknisk uheldig. For det første blir regelverket mer uoversiktlig for aktørene når to likeartede støtteordninger reguleres forskjellig. I tillegg vil skillet lede til uklare og uheldige fortolkningsutfordringer. Departementet omtaler selv avgrensingen mot realsponsing i notatet, og uttaler bl.a:

”Forbudet mot produktplassering skal ikke være til hinder for realsponsing så lenge denne sponsingen ikke er av betydelig verdi og ingen tilbyder av audiovisuelle medietjenester har mottatt betaling eller annen motytelse for visningen eller henvisningen.” (Vår understrekning.)

Uttalelsen gir grunn til to kommentarer. For det første vil vurderingen av det skjønnsmessige begrepet ”betydelig verdi” være avgjørende for grensen mellom tillatt støtte og ulovlig støtte, uten at dette skillet er prinsipielt begrunnet. Et eksempel vil illustrere den kompliserte grensedragningen: Dersom et flyselskap tilbyr en ekstern produsent gratis billetter for produksjonsteamet i forbindelse med en serie faktaprogrammer, vil støtten kunne utgjøre et vesentlig beløp for produsenten. Vil slik realsponsing kunne anses som lovstridig etter lovforslaget? Vil det være forskjell på reisens lengde og billettens kostnad? Støtten er etter sin art ikke naturlig å karakterisere som produktplassering og det er vår

oppfatning at slik støtte er tillatt etter gjeldende regler. Uttalelsene ovenfor gjør det imidlertid uklart om departementets intensjon er å innskrenke adgangen til realsponsing. NRK er i så fall kritisk til forslaget.

I følge sitatet ovenfor er det i tillegg et vilkår at *"ingen tilbyder av audiovisuelle medietjenester har mottatt betaling eller annen motytelse for visningen eller henvisningen"*. Prinsipielt er dette en riktig tilnærming. Dersom tilbyderen mottar verdier for visningen eller henvisningen, er det å karakterisere som skjult reklame etter gjeldende regler. I praksis er imidlertid grensen mot realsponsing hårfin fordi den tar utgangspunkt i partenes intensjoner som ofte ikke kommer eksplisitt til uttrykk.

Dersom produsenten av en dramaserie inngår avtale med en bilforhandler om fri bruk eller rimelig leie av fire biler som politikjøretøy i serien, vil formodentlig begge parter legge til grunn at bilene blir vist i produksjonen. Slik eksponering vil åpenbart utgjøre hele eller deler av bilforhandlerens motivasjon. Også produsenten vil forstå hvorfor sponsingen er forretningsmessig interessant for forhandleren, uavhengig av hvor eksplisitt dette er uttalt.

Slik realsponsing er akseptert etter gjeldende regler, så lenge produsentene ikke påtar seg noen forpliktelse om hvordan og hvor meget bilene skal inngå i produksjonen. Produsentens integritet og redaksjonelle frihet er avgjørende for lovmessigheten.

I forlengelse av problemet knyttet til et verditak for realsponsingen, blir spørsmålet her om produsentene uten å komme i konflikt med loven, kan akseptere fri disponering av rimeligere bilmodeller, men ikke av Mercedes eller BMW. Problemstillingen kan synes satt på spissen, men er i praksis svært relevant.

Oppsummeringsvis mener NRK forslaget om å forby produktplassering i eksterne produksjoner som produseres for NRK, er uheldig både av hensyn til markedet og av retts tekniske hensyn. Forslaget bør derfor endres slik at reglene blir tilsvarende for sponsing og produktplassering. Den rettslige definisjonen av realsponsing bør uansett ikke settes så stramt som departementets forslag gir uttrykk for.

NRK legger for øvrig til grunn at vi fortsatt kan sende programmer og tilby audiovisuelle medietjenester som inneholder produktplassering, så lenge disse er produsert uavhengig av NRK. I første rekke vil dette være filmer og internasjonale fjernsynsserier.

Om programkategoriene

Departementet foreslår at det åpnes for produktplassering i *"filmer, serier, sportsprogrammer og lette underholdningsprogrammer"*. NRK har to merknader til forslaget.

For det første innebærer angivelsen av programkategoriene en relativt uklar avgrensning. Vi mener departementet bør utdype hva som ligger i kategoriene,

slik at grensene blir noe tydeligere. Eksempelvis blir spørsmålet hva som omfattes av begrepet "serier". Språklig innebærer ikke begrepet annet enn flere programmer som naturlig hører sammen ut i fra form og innhold. NRK er kritisk til en så vid regel som bl.a. også vil omfatte alle former for fakta- og informasjonsprogrammer.

Vi mener også begrepet "lette underholdningsprogrammer" forutsetter en nærmere definisjon.

NRKs andre merknad knytter seg til kategorien "sportsprogrammer". Vi finner grunn til å minne om at det kommersielle presset allerede er svært stort i tilknytning til enkelte sportsarrangementer. Konkurransen om de mest attraktive rettighetene er sterk og dersom det åpnes for produktplassering i sendingene, vil det kunne øke et allerede eksisterende press fra enkelte arrangører mht. fokusering på sponsorer og stadionreklame mv. Vi frykter at en slik økt kommersialisering av sendingene vil kunne virke uheldig på fjernsynsselskapenes integritet og uavhengighet.

Produsentens forhandlingsposisjon overfor eventuelle interessenter i produktplassering i en dramaproduksjon vil normalt være helt annerledes, enn kringkasternes posisjon i forhandlinger om de mest attraktive sportsrettighetene. Det er en klar risiko for at enkelte kringkastingsselskap i slike sammenhenger vil kunne føle seg presset til å akseptere produktplassering i strid med selskapenes ønsker og redaksjonelle linje. For NRKs del vil særforbudet mot produktplassering kunne bli en ulempe i konkurransen om slike rettigheter.

NRK mener derfor at spørsmålet om produktplassering i sportssendinger bør undergis særskilt vurdering. Dersom forslaget opprettholdes, bør praktiseringen følges eksplisitt.

NRK har for øvrig ingen merknader til forslaget vedrørende skjult reklame.

2.2 Korte reportasjer

Departementet foreslår å endre åndsverkloven for å sikre fjernsynsselskapers rett til korte nyhetsreportasjer fra begivenheter av stor interesse for allmennheten.

Departementet drøfter åpent flere spørsmål i høringsnotatet, bl.a. spørsmålet om hva som skal anses som begivenheter av stor allmenn interesse, eventuelle tidsbegrensninger for senderetten samt utdragenes lengde.

NRK mener det er viktig at prinsippet om nyhetsrett til begivenheter av stor allmenn interesse lovfestes. Vi støtter samtidig departementets regulatoriske tilnærming om at lovgivningen bør begrenses til å fastsette hovedprinsippene for slike korte nyhetsreportasjer, mens aktørene selv gjennom praksis får ansvaret for å utvikle mer detaljerte normer for god skikk i markedet.

Vi har likevel et par kommentarer til den konkrete utformingen av lovbestemmelsen

Forslaget til § 45a sjette ledd siste setning lyder:

"Fjernsynsselskapet kan også bruke utdraget i audiovisuell bestillingstjeneste hvis det senere gjør den samme nyhetssendingen som utdraget inngår i tilgjengelig på slik måte. "

Setningen bør etter vårt syn forenkles og tydeliggjøres. En mulig formulering er:

"Fjernsynsselskapet kan etter sending gjøre nyhetssendingen som utdraget inngår i, tilgjengelig som audiovisuell bestillingstjeneste."

2.3 Formidlingsplikt

Departementet foreslår å endre kringkastingsloven § 4-3 slik at det går klart frem av bestemmelsens ordlyd at adgangen til å pålegge formidlingsplikt gjelder på alle plattformer.

NRK støtter forslaget.

2.4 Hjemmel for å kreve politiattest fra personell som har regelmessig kontakt med mindreårige

Departementet foreslår å innføre en særskilt hjemmel i kringkastingsloven § 2-17. Forslaget er foranlediget av NRKs ønske om å kunne kreve politiattest i forbindelse med ansettelse av enkelte medarbeidere i NRKs barnekanal NRK Super.

NRK støtter forslaget.

2.5 Hjemmel for innhenting av fødselsdato for kontroll av abonnentregistre mot NRKs lisensregister

Departementet foreslår å endre kringkastingsloven § 8-5 første ledd slik at betal-TV-tilbyderes plikt til å gi NRK opplysninger om personer i sitt abonnentregister også omfatter fødselsdato.

NRKs mulighet til å innhente fødselsdato i tillegg til kundenes navn og adresse er avgjørende for at NRK skal kunne nyttiggjøre seg opplysningene. Tilgang til slike opplysninger er vesentlig for å sikre effektiv innkreving av kringkastingsavgiften.

NRK støtter forslaget.

3. Avsluttende merknad

For ordens skyld skal kort bemerkes at forslaget til lovtekster inneholder enkelte skrivefeil og flere kommafeil.

Med vennlig hilsen
Norsk rikskringkasting AS



Olav A. Nyhus
Juridisk direktør