

Kulturdepartementet.

PB 8030 Dep. 0300 Oslo.

Deres ref: 2009/00269 ME/ME3 LPO:elt

Oslo, 17 juni 2010

HØRINGSSVAR - ENDRING I REKLAMEAVBRUDDSREGLER FOR FJERNSYN

Det vises til høringssak 2009/00269 om overgang til bruttoprinsippet med høringsfrist 18. juni 2010.

Norske filmregissører stiller seg kritisk til forslaget. Reklameavbrudd i spillefilm og andre program forringer vesentlig både verket og seeropplevelsen.

Nettoprinsippet er lovhjemlet og over lang tid innarbeidet i Norge. Det er ikke riktig som det av og til blir hevdet at bruttoprinsippet foreskrives av EØS-retten. EF-domstolens avgjørelse i Pro Sieben Media-saken av 28. oktober 1999 foreskriver ikke en tvingende løsning om at bruttoprinsippet må benyttes, men kun et krav om at løsningen må være lovhjemlet. Dette fremgår eksplisitt av avgjørelsen:

Article 11(3), in conjunction with Article 3(1), of Directive 89/552, as amended, authorises Member States to prescribe, for television broadcasters under their jurisdiction, the net principle for advertisements which may be inserted during programmes, and thus to provide that, in order to calculate that period, the duration of the advertisements must be excluded, on condition, however, that those rules are compatible with other relevant provisions of Community law

Etter Norske filmregissørers oppfatning innebærer bruttoprinsippet et brudd med kringkastingslovens prinsipp om at redaksjonelt innhold og reklame skal holdes adskilt. Sammenholdt med forslaget knyttet til implementeringen av medietjenestedirektivet hvor det legges opp til at reklame i utstrakt grad skal kunne avbryte programmer og ikke legges mellom programmer, vil man få en samlet effekt som er særdeles negativ.

Det blir hevdet av TV2 at en overgang til bruttoprinsippet vil innebære at flere spillefilmer sendes prime time. Ikke noe vil glede Norske filmregissører bedre. Selv om vi skulle legge til grunn at dette er riktig, vil dette ikke oppveie for ulempene for seerne av å få en filmopplevelse i flere bruddstykker. En spillefilm er skapt med tanke på en helhetlig opplevelse hvor filmskaperne nettopp ønsker å få publikum til å bli emosjonelt involvert i filmen gjennom en nøye kalkulert og redigert tidslinje; ethvert reklameavbrudd forringer nødvendigvis både filmens integritet og intensjon og er derigjennom til stor ulempe for seeren.

Etter Norske filmregissørers oppfatning står vi nå ovenfor en radikal omlegging av kringkastingspolitikken. Både liberaliseringen av reklameavbruddsreglene og omleggingen av beregningsreglene, innebærer et markert brudd med tidligere politikk under skiftende regjeringer. Vi merker oss videre at det paradoksalt nok er en rød/grønn regjeringskonstellasjon som står for denne omleggingen.

Som påpekt av BI under høringssvarene knyttet til liberaliseringen av reklameavbruddsreglene, så er det lite trolig at dette vil medføre økte inntekter for TV2. På ett plan er det nok riktig at TV2 ved disse reglene vil få konkurransevilkår på linje med TV3 og utenlandske kanaler. Kringkastingsmarkedet er imidlertid ikke endimensjonalt og som allmennkringkaster har TV2 i tiår hatt vesentlige konkurransefortrinn i forhold til andre kanaler.

Omleggingen av det samlede reklameavbruddsregelverket innebærer dessverre kun at konkurransen legges på et nivå til ulempe for både seere og filmskapere.

Med vennlig hilsen Lars Berg, Styre- og forbudsleder, NFR.