



# NORSKE FILM + TV

## PRODUSENTERS FORENING

**Oslo 11.03.09**

### **Hørings svar**

**Endringer i lov og forskrift om kringkasting vedr. reklameavbrudd**

## **DRAMA ELLER EI**

Norske Film & TV Produsenters Forening er tilfreds med Kulturdepartementets grundig gjennomarbeidede forslag om å endre reklamereglene for TV-drama og film. Dette har foreningen jobbet aktivt for, sammen med de kommersielle kanalene TVNorge og TV 2 i sammenheng med tilpasninger til AMT-direktivet.

Bakgrunnen for vår holdning er enkel. Dagens regler diskriminerer tv-drama og spillefilm, sammenlignet med andre programgenre. Vi mener at markedet og publikum er tjent med størst mulig likebehandling av programgenre. Videre mener vi at konkurransevilkårene mellom de nasjonale og internasjonale aktørene bør være like.

Det koster mer å produsere drama enn f.eks reality og underholdningsprogrammer, da må de reklamefinansierte kanalene ha muligheten til å tjene penger på disse produksjonene. Dagens regler gjør det vanskelig. Kanalen får lavere reklameinntekter for produksjoner som koster mer. Det gir ikke incentiver til å satse på dramaproduksjon.

Når konsesjonskravene til TV 2 bortfaller har ikke kanalen noen forpliktelser til å satse på drama. Da må det ikke være slik at regelverket gjør det særlig ugunstig å satse på denne typen produksjoner.

### **Kryssende hensyn**

Hensynet til seerne ivaretas ved at man ikke øker reklamemengden utover det dagens regelverk allerede gir mulighet til for andre programtyper. Det er altså ikke et spørsmål om reklame eller ei, men om drama eller ei.

Reglene for reklame på fjernsyn skal ivareta flere hensyn; hensynet til seerne, hensynet til kanalenes inntektsmuligheter og hensynet til produsentene og programskaperne.

Spør man publikum om de ønsker seg mer reklame på tv, blir svaret naturligvis nei, spør man dem om de ønsker mer tv-drama blir svaret ja. Forklarer man dem at de ikke får mer reklame, men mer drama, så vil de absolutt fleste akseptere det.

Dagens regelverk er helt utdatert og stammer fra den tiden TV 2 ble etablert, og hvor det var mulig å regulere deres forpliktelser. Dagens konkurranse- og regulatoriske situasjon er helt annerledes. Det er på tide med en oppdatering av reglene.

Vi er også opptatt av hensynet til å styrke fjernsynsmediets konkurranseevne som ligger bak endringene i AMT-direktivet.

I departementets vurderinger i høringsnotatet pkt 4.2 sies det at forbrukerhensyn må veies mot hensynet til de kommersielle kringkasternes konkurranseevne og økonomi. Fra produksjonsmiljøet side vil vi hevde at også hensynet til en levedyktig norsk produksjonsbransje bør veie tungt. Det vil både ivareta hensynet til norske seere og norske fjernsynskanaler, men er et selvstendig argument.

### **Minimumsregulering**

Vi ser at forslaget fra kulturdepartementet fortsatt legger seg på en mer restriktiv politikk enn det som ligger i AMT-direktivet. Vi mener prinsipielt at departementet bør sikre like konkurransevilkår mellom de ulike fjernsynskanalene og mellom de ulike programkategoriene, og at departementet derfor bør ligge så tett på reguleringen i AMT-direktivet som mulig.

### **Avbruddsregel**

I forslaget til ny § 3-7 i Kringkastingsforskriften foreslås i tredje ledd, annen setning at ”fiksjonsbaserte serier og programmer kan avbrytes én gang.” Det virker som en regel som forutsetter kortere lengder på seriene, slik de i hovedsak er i dag, mellom 25 og 40 minutter. Vi kan ikke se at det er naturlig at det ikke også for disse seriene skal være en regel tilsvarende det som gjelder for øvrige programmer med et forholdstall knyttet til programmets varighet.

### **Finansiering**

TV-drama finansieres i hovedsak av den enkelte kanal, gjennom investering og visningsrettigheter. Det produseres ikke tv-drama i Norge som ikke har TV-kanalen som vesentligste finansiering. Det er derfor ikke snakk om at tv-kanalene kommer inn med krav til produksjoner som skapes av andre som virker urimelige. Dersom TV-kanalen ikke investerer i prosjektet blir det ikke noe av. Dermed er det ikke urimelig at de skal ha muligheten til å tjene inn igjen sine investeringer i form av reklame.

### **Integritetsprinsippet**

Reklamen skal plasseres slik at programmets verdi og integritet ikke forringes. Det opphavsrettlige omkring en endring av reklamereglene må ikke blandes inn i kringkastingsloven eller forskrifter for reklame fastsatt av Kulturdepartementet. Dette er det opp til rettighetshaverne å avklare.

### **Spillefilm**

De fleste av tv-seere ønsker å se spillefilm uten reklameavbrudd, men situasjonen for de reklamefinansierte kanalene er jo slik at de må ha muligheten til å tjene penger på sin programmering. Produsentforeningen mener det er viktig at de kommersielle kanalene setter opp spillefilm på sentrale tider i sine sendeskjemaer.

Dagens reklameregler gir absurde tilpasninger som eksemplet er med TVNorge, som avbryter filmen med en nyhetssending - i tråd med reglene. Det gir ingen optimal

seeropplevelse. Da vil vi heller ha kortere avbrudd. Forslaget om reklameinnslag én gang for hver programsatte periode på minst 45 minutter vil innebære en vesentlig bedring.

For nyere filmer kan man inngå avtaler med opphavsmenn og regissører som sikrer plasseringen av avbruddene, og den kunstneriske integriteten. For eldre filmer må det innhentes samtykke i hvert tilfelle. Det kan man motsette seg, men konsekvensen er at filmen ikke blir vist. Fra enkelte blir det hevdet at det er i strid med åndsverksloven med reklameavbrudd og det vises til en dom mot TV4 i Sverige i fjor. Den dommen fastslår at fjernsynskanalene ikke på egenhånd kan sette opp en film med reklameavbrudd dersom det ikke er innhentet samtykke fra opphavsmennene. Den fastslår ikke at det ikke kan gjøres avbrudd av spillefilm hvis det er innhentet samtykke.

Det er også viktig å huske på at spillefilm har mange visningsvinduer, kino, dvd, betal-tv, m.m. Fri kringkasting gjennom reklamefinansierte kanaler er bare en av flere distribusjonsformer.

Produsentforeningen er av den oppfatning at den enkelte produsent må vurdere og forhandle med tv-kanalen omkring filmene sine. Noen filmer har en slik karakter at det kan virke svært ødeleggende på opplevelsen med reklameavbrudd. Vi tror at fjernsynskanalene kan være med på drøftelser omkring denne typen filmer.

### **Oppsummering**

Produsentforeningen mener det er viktig at endringene av reklamereglene blir vedtatt som foreslått slik at norske tv-seere kan få mer tv-drama. Det vil styrke det norske produksjonsmiljø og de norske kanalenes konkurransevne.

En sterkere satsning på tv-drama innenfor de samme regulatoriske rammer som i andre land vil øke volumet og også styrke eksportpotensialet.

De kommersielle kanalene sier selv at de vil satse mer på tv-drama om reglene blir liberalisert. Det er ingen grunn til ikke å tro på dem. Og selv om reglene blir liberalisert og kanalene ikke satser mer på tv-drama, blir det ikke mer reklame for seerne. Det er med andre ord ikke snakk om reklame eller ei, men drama eller ei.

**Med vennlig hilsen**

**Leif Holst Jensen**  
**Generalsekretær**  
**Produsentforeningen**