

Bergen, 22. februar 2015

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep

0030 OSLO

HØRINGSUTTALESE til forslag til endringer i lov og forskrift om kringkasting og audiovisuelle tjenester

Vi viser til høringsbrev fra Kulturdepartementet datert 15. desember 2015, og som høringsinstans vil Familie & Medier gjerne komme med sine innspill.

Familie & Medier er en interesseorganisasjon som representerer 30 kristne trossamfunn og har rundt 13 000 personlige medlemmer. Familie & Medier gir kunnskap om hvordan mediene kan brukes positivt til å utruste enkeltpersoner og familier i hverdagen.

Det framgår tydelig av høringsnotatet at ikke er *publikum* som er utgangspunktet for endringsforslagene, men «konkurranssevnen og finansieringsmulighetene til norske kringkastere». Noen av de foreslåtte lovendringene vil ha det vi opplever som *negative utslag*, og departementet understreker også flere steder i notatet at «det ikke kan utelukkes at forslaget kan øke publikums faktiske og opplevde reklameeksponering». I sum vil disse forslagene virke liberaliserende i forhold til de liberaliseringer som allerede er gjort ved implementeringen av ATM-direktivet.

Familie & Medier var aktivt med i drøftingene både om EUs tidligere fjernsynsdirektiv (TWF) og det nyere ATM-direktivet. Sammen med publikumsorganisasjoner fra øvrige europeiske land har vi hatt publikums interesser i fokus. Det har vært vanskelig å vinne fram med dette i møte med en stor og mektig kommersiell medieindustri. Vi ser utfordringene som er der ved det som skjer på mediesektoren i USA, men vi mener ikke norsk lovgivning skal tilpasses de land som går lengst i en liberalisering og kommersialisering av medieinnholdet. Det er vanskelig for publikum å forholde seg til produktplassering i ulike former. Det samme gjelder reklame som legges inn i selve sendingen. Vi er for det *separasjonsprinsippet* som i går fram av dagens regulering. Det er viktig å holde reklame og programinnhold adskilt. Et programs

verdi og integritet blir klart forringet når parallelle budskap går samtidig på skjermen. Familie & Medier er imot forslaget til endring av kringkastingsloven § 3-2 som går på nye reklameteknikker.

Vi mener at Norge kan følge ATM-direktivet når det gjelder samlet reklame per sendetime og plassering av reklamen. Hovedprinsippet er at reklamen skal være atskilt fra programmet og klart identifisert som reklame.

Vi har ingen kommentarer til forslaget fra departementet om endring i sponsorregelverket og presentasjon av premier.

Med vennlig hilsen
for Familie & Medier

Jarle Haugland (sign)
daglig leder