

Kulturdepartementet
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo

Deres ref: 12/4227 ME/M3 AHU:MK

Oslo, 2013-08-14

Høring endring i kringkastingsforskriftens bestemmelser om reklameavbrudd for sportssendinger m.m

Vi viser til høringsnotat av 28. juni d.å. og har enkelte kommentarer til forslagene i høringsnotatet.

1. Endring av reklameavbruddsreglene for sportssendinger

Norsk Redaktørforening (NR) har i tidligere høringer vedrørende regler for reklameavbrudd i fjernsyn understreket at dersom norske fjernsynskanaler skal kunne opprettholde sin konkurransekraft overfor kanaler under utenlandsk jurisdiksjon, og også opprettholde et robust finansieringsgrunnlag, er det helt avgjørende at ikke norske reklameregler diskriminerer norske kanaler og favoriserer de utenlandske. I tillegg er det vår generelle oppfatning at plassering og publisering av annonser og annet kommersielt materiale, og forholdet til det redaksjonelt og journalistisk materiale er spørsmål som det i størst mulig grad bør være opp til den enkelte ansvarlige redaktør å ta stilling til.

På dette grunnlaget støtter vi departementets forslag til omlegging av reklameavbruddsreglene for sportssendinger uten naturlige pauser eller fullendte deler. Det argumenteres etter vårt syn godt for hvorfor dette er en naturlig endring, en endring som trolig både tv-selskapene, seerne og annonsørene vil finne fornuftig.

2. Endring av regelverket for sponsoridentifisering av sponsors produkt eller tjeneste

Prinsipielt mener NR at reguleringen av forholdet mellom kommersielt og redaksjonelt materiale er et spørsmål som gjelder tillitsforholdet mellom mediene og publikum, og som sådan bør reguleres av mediene selv og ikke av myndighetene. Prinsippene for å skille mellom reklame/sponsing og redaksjonelt/journalistisk materiale er da også utførlig omtalt i så vel i medienes eget regelverk, gjennom Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten. Senest i juni ble det etiske regelverket på området justert, etter en grundig utrednings- og høringsprosess i mediebransjen. Det sentrale hensynet vil fortsatt være at publikum – gjennom tydelig merking og informasjon – skal kunne vite hva som publiseres som resultat av en redaksjonell vurdering av hva som er betalt informasjon.

Med dette som bakteppe har NR ingen motforestillinger mot den presiseringen som nå foreslås, og med den begrunnelse som departementet har fremført i høringsnotatet, nemlig ”at

den visuelle fremvisningen ikke utformes på en slik måte at skillet mellom reklame og sponning viskes ut”.

3. Endringer i forskriftens sanksjonsregler

Vi viser til tidligere høringsuttalelser vedrørende vår prinsipielle skepsis til at et statlig tilsyn er utstyrt med direkte sanksjonsmuligheter overfor redaksjonelle medier, basert på innholds- og publiseringsvalg gjort i det enkelte medium. Vi gjentar at denne skepsisen forsterkes av at tilsynet kan ilegge gebyrer på opp til to millioner kroner, et gebyrnivå som ellers bare brukes overfor alvorlige lov- og regelbrudd. Når departementet nå ønsker å innføre en ordning med forhøyet gebyr ved ”gjentatte” overtredelser, og at den perioden hvor de påståtte bruddene skal vurderes, foreslås utvidet fra 12 til enten 24 eller 36 måneder, mener vi det er å gå i fullstendig feil retning, jfr våre betraktninger ovenfor.

4. Forslag til endringer i regelverket for lokalradio

NR støtter forslaget til presisering av forskriftens §7-8, andre ledd, slik at det også ved døgkontinuerlige lokalradiosendinger opplyses hvem som sender, og hvem som er ansvarlig redaktør for sendingen.

Med vennlig hilsen
for Norsk Redaktørforening

Arne Jensen



ass. generalsekretær