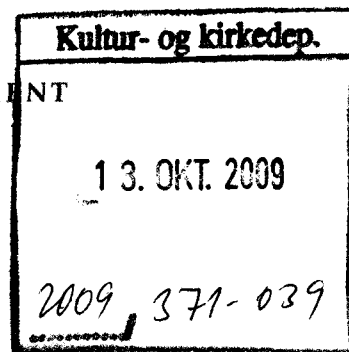




DET KONGELIGE
BARNE- OG LIKESTILLINGSDEPARTEMENT



Kultur- og kirke-departementet
Pb. 8030 Dep
0030 OSLO

Deres ref
2009/00371

Vår ref
200902889-/ILB

Dato
09.10.09

Høring - forslag til regler for gjennomføring av direktivet om audiovisuelle medietjenester i norsk rett

Barne- og likestillingsdepartementet vil bemerke at departementet som berørt fagdepartement burde hatt saken på forhåndsforeleggelse før alminnelig høring, jf utredningsinstruksen punkt 6.1.

Generelt

Vi er enige med Kultur- og kirke-departementet i at det antakelig er mest hensiktsmessig å innarbeide AMT-direktivets regler i kringkastingsregelverket. I det endrete direktivet har man valgt en ny struktur ved å gruppere bestemmelsene etter hvilke audiovisuelle medietjenester som reguleres. I høringsforslaget er strukturen i kringkastingsloven beholdt og det er angitt i hver enkelt bestemmelse hvilke medietjenester den gjelder for. Å innlemme nytt regelverk med ny begrepsbruk i et eksisterende er en utfordring. Dette ser man blant annet i utkastet til endret definisjons- og virkeområdebestemmelse i lovens § 1-1. Enkelte begreper overlapper hverandre delvis, som for eksempel begrepene kommersiell kommunikasjon og reklame og begrepene kringkasting og audiovisuell medietjeneste. På et såpass komplekst felt bør man legge til rette for at avgrensningen av virkeområdet blir så klar som mulig. (For ordens skyld gjør vi oppmerksom på at begrepet "audiovisuelle medietjenester" er brukt i utkastet til lovtekst §§ 3-1, 3-3 og 3-4. I høringsnotatet foreslås det at virkeområdet utvides til å omfatte audiovisuelle *bestillingstjenester*. Vi antar at det siste er korrekt. For øvrig kan det etter vår mening være klargjørende hvis definisjonen av audiovisuelle medietjenester i lovutkastet § 1-1 legges nærmere direktivets definisjon, for eksempel ved at følgende tas inn: "tjenester som er underlagt den redaksjonelle kontrollen (...) og som har til formål...")

Postadresse	Kontoradresse	Telefon	Plan- og administrasjonsavdelingen	Saksbehandler
Postboks 8036 Dep 0030 Oslo	Akersgt. 59	22 24 90 90 Org no. 972 417 793	Telefaks 22 24 95 15	Inger-Lise Becher

I høringsnotatet foreslås flere endringer i reklamereglene. Vi støtter høringsnotatets forslag om å utvide kringkastingslovens forbud mot skjult reklame og reklame som påvirker underbevisstheten til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester. Dette gir et mer oversiktlig regelverk enn at disse tjenestene omfattes av de generelle reglene i markedsføringsloven.

Vi støtter også forslaget om å utvide kringkastingslovens regler om reklame rettet mot barn til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester. Vi ser ikke at det er noen grunn til at barn skal ha dårligere beskyttelse på dette området enn ved fjernsynsreklame. Etter det vi kan se er ikke spørsmålet om hvem som skal føre tilsyn med et slikt utvidet virkeområde berørt i høringsnotatet. Vi gjør oppmerksom på at det er Forbrukerombudet som fører tilsyn med kringkastingsloven § 3-1 andre ledd og kringkastingsforskriften § 3-4 andre ledd og § 3-6, jf. Kringkastingsforskriften § 1-8. Vi forutsetter at økonomiske og administrative konsekvenser utredes og diskuteres nærmere før forslag om en eventuell utvidelse av ombudets ansvarsområde blir fremmet.

Til AMT-direktivet artikkel 3 b. Forbud mot innhold som oppfordrer til hat

Vi gjør oppmerksom på at den aktuelle bestemmelsen om forbud mot å oppfordre til hat, er i 2005-straffeloven § 185. Verken straffeloven § 135 a eller ny straffelov § 185 omfatter forbud mot å oppfordre til hat knyttet til kjønn, men den nye lovbestemmelsen omfatter nedsatt funksjonsevne, jf. andre ledd bokstav d.

Til AMT-direktivet artikkel 3 e bokstav c punkt (i) og (ii)

KKD legger i høringsnotatet punkt 6.4.3 til grunn at AMT-direktivet har krav om at reklameinnslag ikke må utformes slik at det krenker menneskeverdet, inneholder eller oppfordrer til diskriminering på grunnlag av kjønn, rase, etnisk opprinnelse, nasjonalitet, religion, livssyn, funksjonsnedsettelse eller seksuell legning (...).

BLD viser til at likestillingsloven, diskrimineringsloven, diskriminerings- og tilgjengelighetsloven og likebehandlingskapittelet i arbeidsmiljølovens ikke setter forbud mot generelle diskriminerende ytringer. For å rammes av diskrimineringsforbudet, må det dreie seg om handlinger eller ytringer som retter seg mot identifiserbare personer. Likestillingsloven og de øvrige diskrimineringslovene har heller ikke vært praktisert på kjønns- eller annen diskriminerende reklame. BLD legger derfor til grunn at forbudet mot diskriminering i de ulike diskrimineringslovene ikke kommer til anvendelse på de forhold det her er tale om. Et notat om denne problemstillingen følger vedlagt til orientering.

Markedsføringsloven inneholder et eksplisitt forbud mot kjønnsdiskriminerende reklame. Når det gjelder anvendelsen av markedsføringsloven § 2 om god markedsføringsskikk på diskriminerende reklame for øvrig, står følgende i forarbeidene (Ot.prp. nr. 55 (2007- 2008) punkt 5.1.4):

”Departementet understreker at markedsføring som kan oppfattes som nedsettende/diskriminerende vil kunne finnes i strid med ”god markedsføringsskikk”. Det er likevel slik at denne delen av generalklausulen skal beskytte flertallets interesse av å ikke bli utsatt for støtende virkemidler i markedsføring, noe som er noe annet enn diskrimineringsvern. Det er videre de allmenne forbrukerhensynene som skal legges til grunn for vurderingen, og ikke vernet til særskilte grupper.”

BLD vil på denne bakgrunn *ikke* anse at norsk rett oppfyller AMT-direktivet artikkel 3 e bokstav c.

Når det gjelder artikkel 3e nr. 1 bokstav c) punkt (iii) og (iv) merker vi oss at KKD legger til grunn at markedsføringsloven § 2 om god markedsføringsskikk ivaretar direktivforpliktelsene. Anvendelse av markedsføringslovens generalklausul innebærer at det foretas en konkret vurdering av hvert enkelt markedsføringstiltak, og loven inneholder ikke noe direkte forbud slik direktivet ser ut til å kreve.

Vi antar at Forbrukerombudet, som fører tilsyn etter markedsføringsloven, vil kommentere forholdet mellom artikkel 3e og markedsføringsloven i sin høringsuttalelse.

Til AMT-direktivet artikkel 3 f og 3 g

Vi støtter ikke forslaget om å gi adgang til å henvise til sponsors produkter eller tjenester selv om det har vist seg vanskelig å håndheve dagens regel. Etter vår oppfatning vil en slik utvidelse bidra til å utviske skillet mellom sponing og reklame. Det er viktig at regelverket bygger opp under slike prinsipielle skiller. Et annet og enda viktigere skille går mellom redaksjonelt og kommersielt stoff. Produktplassering er en form for skjult reklame fordi seerne ikke vet at de i realiteten ser på reklame. Hvis det opplyses om produktplasseringen før og etter programmet kan det selvsagt hevdes at det ikke lenger er tale om skjult reklame. Men ansvaret for å identifisere markedsføringen i selve programmet legges på forbrukerne. Dette i motsetning til annen fjernsynsreklame som nettopp er tydelig skilt fra programmene. Hensynet til forbrukerne, og særlig hensynet til barn som antakelig har dårligere forutsetninger for å identifisere denne typen reklame, tilsier at produktplassering fortsatt bør være forbudt. Dette gjelder selv om ulike former for produktplassering er vanlig i andre land, og selv om grensen mot realsponing kan være vanskelig å trekke.

Til høringsnotatet kapittel 9

Vi merker oss at KKD foreslår å utvide forbudet mot fjernsynsreklame for livssyn og politiske budskap til også å gjelde for audiovisuelle bestillingstjenester. (For ordens

skyld gjør vi oppmerksom på at dette forslaget ikke er tatt inn i § 3-1 tredje ledd i utkastet til endringslov.) Det fremgår av høringsnotatet at bestemmelsen fortsatt skal håndheves av Medietilsynet. Spørsmålet om hvem som skal være klageinstans er ikke berørt. Markedsrådet er klageinstans for Medietilsynets vedtak etter gjeldende § 3-1 tredje ledd, jf. kringkastingsloven § 2-1 siste ledd. Vi antar at dette vil være tilfellet også etter en eventuell utvidelse av forbudets virkeområde.

Til AMT-direktivet artikkel 2

Vi gjør oppmerksom på at AMT-direktivet artikkel 2 endrer punkt nr. 4 i vedlegget til Rådsforordning (EF) nr. 2006/2004 av 27. oktober 2004 om samarbeid mellom nasjonale myndigheter med ansvar for håndheving av lovgivning om forbrukerbeskyttelse (samarbeidsforordningen). Samarbeidsforordningen skal sikre en effektiv og harmonisert håndheving av det forbrukerregelverket som er listet opp i vedlegget. Den kommer til anvendelse ved grenseoverskridende overtredelser av regelverket. Forordningen er inkorporert i markedsføringsloven, jf. lovens § 47 og forskrift 20. desember 2001 nr. 1586 § 2. Barne- og likestillingsdepartementet oppnevner vedkommende myndigheter jf. markedsføringsloven § 47 annet ledd.

Medietilsynet er oppnevnt som vedkommende myndighet etter forordningen punkt 4 til å håndheve de relevante delene av kringkastingsregelverket, jf. også kringkastingsloven § 2-12. Det er nytt at AMT-direktivet artikkel 3h og 3i skal håndheves etter forordningen og det må oppnevnes en kompetent myndighet for disse bestemmelsene. Det vil oftest være naturlig at det er samme myndighet som håndhever regelverket nasjonalt. Vi kan ikke se at spørsmålet er drøftet i høringsnotatet, og vi ber KKD følge opp dette.

Teksting og tegnspråktolkning i fjernsyn mv

Barne- og likestillingsdepartementet viser til tidligere kontakt med Kultur – og kirke departementet om teksting og tegnspråktolkning i fjernsyn mv. Barne- og likestillingsdepartementet har ansvaret for diskriminerings- og tilgjengelighetsloven. I lovens forarbeider ble det varslet at Kultur- og kirke departementet skulle utrede nærmere spørsmålene om å stille særlige krav om teksting og tegnspråktolkning til digitale medier på fjernsynsområdet (Ot.prp. nr. 44 (2007-2008) s. 169). Vi vil reise spørsmål om Kultur- og kirke departementet ved lovforslaget § 2-4 anser at de spørsmål KKD skulle utrede, er fulgt opp.

På denne bakgrunn etterlyser BLD en utredning av spørsmål knyttet tilgjengeligheten til medier, når det gjelder Internett, web-tv, reklame osv. Tilgjengeligheten på medieområdet må også vurderes i lys av FN-konvensjonen om rettighetene for personer med nedsatt funksjonsevne.

Vi viser også til regjeringens handlingsplan for universell utforming og økt tilgjengelighet 2009-2013, og visjonen om at Norge skal være universelt utformet innen 2025. Vi minner også om tiltak IKT 4 om styrket tilrettelegging

for døve og hørselshemmede i TV og på kino, der det heter (side 25); *"Det vil bli vurdert om det bør stilles generelle krav om teksting og tegnspråktolkning på fjernsynsområdet mv. Tilskudd til testing av norske filmer på kino for hørselshemmede er overtatt av FILM&KINO fra og med 2009. I løpet av de nærmeste årene vil digitaliseringen av kinoene føre til at den fysiske tekstingen blir langt rimeligere og distribusjonen av tekstede filmer blir enklere. I den digitale framtid vil det bli vurdert om kopier av norske filmer som får produksjonstilskudd skal inkludere mulighet for visning med tekst. Prosessen med overgangen til digital kino vil skje i perioden 2009 - 2014. Det vurderes krav om teksting av alle norske filmer i produksjonstilskuddet."*

Til lovforslaget § 2-4 og AMT-direktivet artikkel 3 c:

Lovforslaget følger i hovedsak opp tidligere forutsetninger som har vært lagt til grunn i samarbeid mellom Kultur- og kirkedepartementet og Barne- og likestillingsdepartementet. For å ivareta full likestilling av personer med nedsatt funksjonsevne skulle vi derfor gjerne sett at omfanget av teksting ble utvidet sammenlignet med forslaget her.

Barne- og likestillingsdepartementet støtter ikke forslaget om å unnta riksdekkende kanaler med mindre enn fem prosent publikumsandel fra kravet om teksting. Et slikt unntak er ikke i samsvar med forutsetningen i regjeringens handlingsplan om at samfunnet skal være universelt utformet.

Fjernsvarsreklame er heller ikke berørt i notatet. Vi savner en utdyping og problematisering av om lovens krav kommer til anvendelse på dette området. Dersom fjernsvarsreklame ikke omfattes, ber vi om at dette spørsmålet utredes nærmere.

Vi etterlyser også at teknologien for *synstolkning* blir testet ut, slik at det kan innføres for kringkasterne. *Talegjenkjenningsteknologi* brukes i andre land, mens det i Norge ikke synes å skje noen utvikling. Vi vil minne om at det er noen tiltak i handlingsplanen som bygger opp mot større satsing på forbedring av elektroniske tekstingsmuligheter, blant annet ny satsing på Norsk Språkbank. På disse områdene etterlyser vi forpliktende tiltak. Etter vår mening bør det vurderes å stille vilkår om planlegging og gjennomføring av slike tjenester i sammenheng med konsesjonene, eller eventuelt krav i kringkastningsloven.

I høringsnotatet blir det heller ikke foreslått noen plikt for tilbydere av andre audiovisuelle medietjenester til å tekste og/eller tilrettelegge for synshemmede. Med det store omfang slike tjenester forventes å få, mener Barne- og likestillingsdepartementet at det for dette området bør være en plikt til å gjøre tilbudet tilgjengelige for syns- og hørselshemmede. I en del tilfeller har vi forstått det slik at det allerede foreligger tekstede versjoner, uten at det blir innført noen plikt til å benytte disse. Det legges heller ikke noen plan for hvordan en slik målsetting skal realiseres. Vi viser til den store samfunnsmessige betydning det har at *hele* befolkningen har tilgang til audiovisuelle tilbud. Selv om AMT-direktivet ikke er noe

plikt til å innføre bindende bestemmelser overfor tilbyderne på dette området, mener BLD at det bør utredes hvordan AMT-direktivets intensjon i artikkel 3 c skal følges opp videre, og at det bør innføres krav i kringkastingsloven også på dette området.

Med hilsen


Lars Audun Granly (e.f.)


Inger-Lise Becher