



Innst. 143 L

(2012–2013)

Innstilling til Stortinget fra familie- og kulturkomiteen

Prop. 9 L (2012–2013)

Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om endringer i kringkastingsloven, åndsverkloven og film- og videogramlova (gjennomføring av direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester mv.)

Til Stortinget

1. Sammendrag

1.1 Proposisjonens hovedinnhold

Kulturdepartementet foreslår i proposisjonen endringer i lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting (kringkastingsloven), lov 12. mai 1961 nr. 2 om opphavsrett til åndsverk (åndsverkloven) og lov 15. mai 1987 nr. 21 om film og videogram (film- og videogramloven) for å gjennomføre europaparlaments- og rådsdirektiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester (heretter AMT-direktivet). Proposisjonen inneholder også forslag til endringer som ikke følger av AMT-direktivet direkte, men som relaterer seg til de samme reglene og komplimenterer de øvrige endringsforslagene.

AMT-direktivet er en konsolidering av rådsdirektiv 89/552/EØF om samordning av visse bestemmelser om utøvelse av fjernsynsvirksomhet, fastsatt ved lov eller forskrift i medlemsstatene (heretter fjernsynsdirektivet) og europaparlaments- og rådsdirektiv 2007/65/EF om endring av fjernsynsdirektivet (heretter endringsdirektivet). Fjernsynsdirektivet er allerede gjennomført i norsk rett.

Den viktigste forskjellen mellom fjernsynsdirektivet og AMT-direktivet er at virkeområdet er utvidet. Fjernsynsdirektivet omfattet kun kringkastede fjernsynssendinger, det vil si sendinger som mottas direkte og samtidig av seerne. AMT-direktivet om-

fatter i tillegg til fjernsyn også audiovisuelle bestillingstjenester som kjennetegnes av at seerne selv velger tidspunktet for når et program skal ses. Direktivet benytter samlebetegnelsen audiovisuelle medietjenester for fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester og audiovisuell kommersiell kommunikasjon, derav navnet på direktivet. Videre inneholder direktivet en rekke materielle endringer som skal bidra til å forenkle og liberalisere regelverket.

Proposisjonen inneholder forslag om å utvide kringkastingslovens virkeområde slik at audiovisuelle bestillingstjenester omfattes. Lovens tittel foreslås derfor endret til lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester. For øvrig inneholder proposisjonen følgende forslag til endringer av kringkastingsloven for å gjennomføre AMT-direktivet i norsk rett:

- prosedyre for konsultasjoner og iverksetting av tiltak når et fjernsynsselskap etablert i et annet EØS-land som retter sendingene sine mot Norge bryter norske regler, samt enkelte av direktivets regler
- krav om at tilbydere av audiovisuelle medietjenester skal identifisere seg for seerne
- utvidelse av forbudet mot reklame rettet mot barn slik at det også omfatter audiovisuelle bestillingstjenester
- utvidelse av regelverket for sponsing slik at det også omfatter audiovisuelle bestillingstjenester
- ny bestemmelse som fastslår at produktplasse- ring som hovedregel skal være forbudt, men at det tillates på gitte vilkår i visse programkategorier
- lovfesting av krav om teksting av fjernsynssendinger som omfatter NRK og øvrige riksdekkende fjernsynskanaler med mer enn fem prosent publikumsandel

I åndsverkloven foreslås følgende endring for å gjennomføre AMT-direktivet i norsk rett:

- Fjernsynsselskaper får en vederlagsfri adgang til å sende korte nyhetsutdrag fra begivenheter av stor allmenn interesse

Proposisjonen inneholder dessuten følgende forslag til endringer av kringkastingsloven som ikke har sammenheng med gjennomføring av AMT-direktivet:

- endring av ordlyden i kringkastingslovens bestemmelse om formidlingsplikt slik at bestemmelsens ordlyd bedre reflekterer at adgangen til å pålegge formidlingsplikt gjelder på alle distribusjonsplattformer (gjøres plattformnøytral)
- hjemmel for kringkastere og tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester og visse produksjonsforetak til å kreve politiattest fra medarbeidere som regelmessig har kontakt med mindreårige ved tilbud om stilling
- forslag om at hjemmelen for at NRK kan innhente navn og adresse fra distributører for kontroll mot NRKs register over lisensbetalere utvides til også å omfatte fødselsdato

Meldingens kapittel 3 inneholder en nærmere beskrivelse av AMT-direktivets hovedformål og en oversikt over relevante endringer i forhold til fjernsynsdirektivet.

I kapittel 4 redegjøres det for utviklingstrekk innenfor audiovisuelle medier og bakgrunnen for fremveksten av audiovisuelle bestillingstjenester.

Kapittel 5 inneholder forslag om å utvide kringkastingslovens virkeområde og forslag til definisjon av audiovisuelle bestillingstjenester og fjernsyn. Kapitlet redegjør også for forskjellen mellom audiovisuelle bestillingstjenester og fjernsyn.

I kapittel 6 gjennomgås betydningen av senderlandsprinsippet og prinsippet om fri videreformidling samt unntakene som følger av direktivet. Kapitlet inneholder også forslag til innføring av en konsultasjonsprosedyre mellom Norge og et annet EØS-land ved brudd på norske lovregler som er strengere enn direktivet og vilkår for å stanse slike sendinger.

Kapittel 7 inneholder en oversikt over direktivets fellesregler for fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester og forslag til en ny regel om at tilbydere av audiovisuelle medietjenester skal identifisere seg for seerne slik at det blir klart hvem som er ansvarlig for sendingene. Kapitlet inneholder også forslag om å lovfeste krav til teksting av sendinger for NRKs riksdekkende fjernsynskanaler og riksdekkende, kommersielle fjernsynskanaler med mer enn fem prosent publikumsandel. Departementet foreslår videre å ut-

vide sponseregulverket som i dag gjelder for fjernsyn til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester og forslag til regulering av produkt plassering i fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester.

Kapittel 8 inneholder regelverk som kun omfatter audiovisuelle bestillingstjenester. Dette gjelder regulering av innhold som i alvorlig grad kan skade mindreårige og hjemmel til å fastsette nærmere regler om bruk av europeisk programmateriale.

Meldingens kapittel 9 inneholder forslag til endring av åndsverkloven som innebærer at fjernsynsselskaper får en vederlagsfri adgang til å sende korte utdrag fra begivenheter av stor allmenn interesse som et annet fjernsynsselskap har eksklusive rettigheter til å sende fra.

Kapittel 10 inneholder en gjennomgang av lovens sanksjonssystem med henblikk på håndheving av regelverket for audiovisuelle bestillingstjenester.

Kapittel 11 inneholder forslag til lovendringer som ikke har sammenheng med gjennomføringen av AMT-direktivet. Dette omfatter endring av ordlyden i kringkastingslovens bestemmelse om formidlingsplikt, hjemmel for å kreve politiattest for personell som har regelmessig kontakt med mindreårige og utvidelse av NRKs adgang til å innhente opplysninger fra fjernsynsdistributører for å identifisere personer som ikke betaler lisens.

Proposisjonen inneholder ikke forslag til endring av reklameavbruddsreglene i samsvar med AMT-direktivets nye regler. Ved kongelig resolusjoner av 15. oktober 2009 og 23. oktober 2009 ble det foretatt endringer av forskrift om kringkasting av 28. februar 1997 nr. 153 (kringkastingsforskriften) som innebærer en liberalisering av reklameavbruddsreglene for spillefilm eller film laget for fjernsyn, lengre fiksjonsbaserte serier og programmer samt nyhetsprogrammer. I instruks til Medietilsynet av 20. august 2010 ble tilsynet bedt om å gå over til bruttoprinsippet ved tilsyn med reklameavbrudd for fjernsyn.

Utenriksdepartementet har lagt frem en stortingsproposisjon om samtykke til godkjenning av EØS-komiteens beslutning om å innlemme direktivet i EØS-avtalen, jf. Prop. 10 S (2012–2013).

1.2 AMT-direktivet

1.2.1 Direktivets hovedformål og virkeområde

Fjernsynsdirektivet (Rådsdirektiv 89/552/EØF) hadde som hovedformål å samordne den europeiske reguleringen av fjernsynsfeltet og dermed legge til rette for fri bevegelse av fjernsynssendinger. Direktivet omfattet kun fjernsyn som kjennetegnes av at programmene er ment eller egnet til å mottas direkte og samtidig av seerne.

Regulverket om audiovisuelle medietjenester ble først vedtatt som endringer i fjernsynsdirektivet ved europaparlaments- og rådsdirektiv 97/36/EF (en-

dringsdirektivet). I tillegg til fjernsyn omfatter dette direktivet tjenester hvor seerne selv kan velge tidspunktet for når et program skal sees (audiovisuelle bestillingstjenester). Hensikten med dette direktivet er å følge opp den tekniske og markedsmessige utviklingen som har skjedd i form av fremveksten av audiovisuelle bestillingstjenester.

I likhet med fjernsynsdirektivet har AMT-direktivet til hovedformål å legge til rette for fri bevegelse av fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester. AMT-direktivet skal styrke den europeiske medie-sektoren i konkurransen med andre markeder ved en modernisering og forenkling av eksisterende regelverk.

Direktivet skal videre legge til rette for likere konkurransevilkår. Dette omfatter særlig fjernsynsmediets konkurransevilkår i forhold til audiovisuelle bestillingstjenester. Fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester konkurrerer om det samme publikum. Direktivet skal derfor også bidra til å unngå konkurransevridding. Ettersom audiovisuelle bestillingstjenester tidligere ikke har vært underlagt noen mediespesifikk regulering fra EUs side, mens fjernsynsmediet har vært gjenstand for et relativt omfattende reguleringsregime, legger direktivet opp til en viss harmonisering av regelverkene for de to medietypene. Dette skjer dels gjennom et sett felles grunnregler som omfatter både fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester og et sett spesialregler for bestillingstjenester og dels ved at regelverket for fjernsyn liberaliseres.

Liberalisering av regelverket for fjernsyn omfatter særlig reklameavbruddsreglene. Videre inneholder direktivet fellesregler for sponing og produkt-plassering som for fjernsynssektoren innebærer en liberalisering, mens det for audiovisuelle bestillingstjenester innebærer en strengere regulering enn i dag. Ifølge direktivets fortale punkt 81 innebærer den teknologiske utviklingen at forbrukerne har fått flere valgmuligheter. Blant annet innebærer ny teknologi at seerne kan velge vekk tradisjonell reklame. Ifølge fortalens punkt 80 og 81 er det derfor nødvendig å åpne for utviklingen av nye reklameteknikker og produkt-plassering, slik at tradisjonelt fjernsyn får bedre muligheter til å konkurrere på like vilkår som nye audiovisuelle tjenester.

1.2.2 *Senderlandsprinsippet og prinsippet om fri videreformidling*

Senderlandsprinsippet innebærer at en tilbyder av slike tjenester bare skal være underlagt reglene i det landet tilbyderen er etablert. Dette betyr at en tjenestetilbyder ikke vil være underlagt mer enn ett EØS-lands regelverk.

Prinsippet om fri videreformidling innebærer at de forskjellige medlemsstatene innenfor EØS-områ-

det ikke får begrense videresending av audiovisuelle medietjenester fra andre medlemsstater.

En nyhet i AMT-direktivet er formaliseringen av en prosedyre for konsultasjoner (konsultasjonsprosedyren). Formålet med denne prosedyren er å oppnå en gjensidig tilfredsstillende løsning når et EØS-land (mottakerlandet) ut fra allmenne hensyn har innført strengere eller mer detaljerte regler enn direktivets minimumsregler og en fjernsynskanal underlagt et annet EØS-lands jurisdiksjon har sendinger som helt eller hovedsakelig er rettet mot mottakerlandet. Det må understrekes at konsultasjonsprosedyren ikke innebærer en plikt for fjernsynsselskapet til å følge lovreglene i mottakerlandet.

1.2.3 *Generelt om direktivet*

Av hensyn til brukervennlighet er reglene fra fjernsynsdirektivet og endringsdirektivet slått sammen i et såkalt kodifisert direktiv, AMT-direktivet (europaparlaments- og rådsdirektiv 2010/13/EU). Det erstatter de to tidligere direktivene og det er det kodifiserte direktivet som skal gjennomføres i norsk rett. Direktivet ble tatt inn i EØS-avtalen ved EØS-komiteens beslutning av 15. juni 2012. Direktivet omfatter dermed alle EU-land samt Island, Liechtenstein og Norge. Sveits er ikke direkte omfattet av direktivet.

AMT-direktivet er et minimumsdirektiv. Den enkelte medlemsstat har anledning til å utforme strengere eller mer detaljerte regler enn direktivets bestemmelser.

1.3 Faktisk bakgrunn

1.3.1 *Oppsummering*

Fjernsynsmarkedet er preget av omfattende endring. Det audiovisuelle medieinnholdet på Internett er i stor grad basert på gjenbruk av innhold som enten har vært kringkastet eller distribuert via andre plattformen, eller som en del av en større flermedial produksjon. Det finnes imidlertid flere eksempler på innhold spesielt produsert for visning på Internett eller via andre bestillingstjenester. Forretningsmodellene varierer, men mange tjenester er basert på enten reklame og/eller brukerbetaling.

Meldingens kapittel 4 viser to parallelle utviklingstrekk: For det første er det tydelig at publikum i økende grad tar i bruk nye måter å konsumere audiovisuelt innhold på, for eksempel via kringkasternes nett-tv-portaler eller via eksterne videodelingsnettsteder, og mye av dette innholdet er bestillingstjenester. For det andre er det tydelig at publikum også i stor grad konsumerer tradisjonelt fjernsyn i sanntid. Samlet øker dermed konsumet, ved at publikum både tar i bruk tradisjonelle og nye måter å konsumere innhold på.

Flytter vi oss fra brukervaner til aktører, gjenfinner vi de samme to tendensene: På den ene siden er det en sterk tendens til at nye aktører etablerer seg i markedet for audiovisuelle medietjenester, slik for eksempel VGTV og YouTube har gjort. På den andre siden er det også tydelig at mye av dagens audiovisuelle medieinnhold fortsatt kommer fra de etablerte kringkasterne på markedet, slik som NRK og TV 2.

1.4 Utvidelse av lovens virkeområde

1.4.1 AMT-direktivet

Det saklige virkeområdet til AMT-direktivet er audiovisuelle medietjenester. Dette omfatter ifølge direktivet artikkel 1 bokstav a:

- fjernsynssendinger
- audiovisuelle bestillingstjenester
- audiovisuell kommersiell kommunikasjon

I meldingens kapittel 5 vil kun definisjonene av fjernsynssendinger og audiovisuelle bestillingstjenester behandles. Den avgjørende forskjellen mellom fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester er seerens grad av kontroll. For at det skal dreie seg om en kringkastet fjernsynssending gjelder det et vilkår om at tjenesten er beregnet for samtidig visning for alle seerne. Ved audiovisuelle bestillingstjenester skjer derimot visningen på et tidspunkt seeren selv har valgt. Begge begrepene er teknologinøytrale.

1.4.2 Gjeldende rett

1.4.2.1 KRINGKASTINGSLOVEN

Kringkastingsloven omfatter i dag ikke audiovisuelle bestillingstjenester.

1.4.2.2 EHANDLSLOVEN

Lov 23. mai 2003 nr. 35 om visse sider av elektronisk handel og andre informasjonssamfunnstjenester (ehandelsloven) omfatter etter § 1 andre ledd bokstav a) «enhver tjeneste som vanligvis ytes mot vederlag og som formidles elektronisk, over avstand og etter individuell anmodning fra en tjenestemottaker». Dette betyr at audiovisuelle bestillingstjenester er omfattet av ehandelsloven. Vilkåret om at tjenesten skal formidles etter individuell anmodning innebærer at kringkasting ikke vil være omfattet av loven.

Ehandelsloven gjennomfører europaparlaments- og rådsdirektiv 2000/31/EF om visse rettslige aspekter ved informasjonssamfunnstjenester, særlig elektronisk handel, i det indre marked (e-handelsdirektivet) i norsk rett. I tilfelle av konflikt mellom dette direktivet og AMT-direktivet fastslår AMT-direktivet artikkel 4 nr. 8 at AMT-direktivet skal ha forrang. Når det gjelder audiovisuelle bestillingstjenester må vilkårene for fri levering være i samsvar med de vil-

kår og fremgangsmåter som følger av e-handelsdirektivet. AMT-direktivet slår videre fast at direktivet ikke innebærer noe inngrep i ansvarsfritakene som fremgår av ehandelsdirektivet.

1.4.2.3 FILM- OG VIDEOGRAMLOVEN

Lov 15. mai 1987 nr. 21 om film og videogram (film- og videogramloven) omfatter «framsyning og omsetning av film og videogram i næring». Dette går frem av § 1 første ledd. Film er i samme bestemmelse definert som «fotografiske eller teikna bilete som er sette saman på ein slik måte at dei lager ei levande rørsle», mens videogram er definert som «eit elektronisk signal for lagring og attgivning av levande bilete som er skrive inn på eit medium eller ein informasjonsberar». Lovens ordlyd inneholder ingen begrensninger med hensyn til teknologi knyttet til lagring eller fremvisning og omfatter derfor audiovisuelle bestillingstjenester. Ot.prp. nr. 78 (1996–1997) s. 6 legger til grunn at digitalisert film fra databaser til brukerne over tele- eller kabelnett eller via Internett må anses å være omfattet av loven. Ifølge forarbeidene må slike bestillingstjenester regnes som omsetning etter filmlovens system: «Dersom mottakeren, etter tinging, sjølv kan velje når han vil sjå filmar som blir formidla over tele- eller kabelnettet, fell dette inn under lova som omsetning». Ifølge Konvergensutvalgets vurdering er imidlertid ikke «nær video på bestilling» (NVOD) omfattet av filmloven da dette må regnes som kringkasting. Film- og videogramlova § 1 første ledd slår uttrykkelig fast at loven ikke gjelder forhold som er regulert av kringkastingsloven. I likhet med ehandelsloven gjelder altså filmloven i utgangspunktet audiovisuelle bestillingstjenester, men ikke for kringkasting.

1.4.3 Departementets vurdering

1.4.3.1 OVERORDNET OM DEFINISJONER OG BEGREPER

Kringkastingsloven omfatter i dag to typer tjenester: kringkastet radio og kringkastet fjernsyn.

Audiovisuelle bestillingstjenester omfattes ikke av gjeldende lov da kringkastingsdefinisjonen forutsetter at sendingene mottas direkte og samtidig. Utvidelsen av loven vil innebære at også audiovisuelle bestillingstjenester omfattes av loven. Loven vil dermed omfatte følgende tjenester:

- kringkastet radio
- kringkastet fjernsyn
- audiovisuelle bestillingstjenester

I høringsnotatet ble det foreslått å innføre et samlebegrep for fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester. Audiovisuelle medietjenester ble brukt som begrep for disse to tjenestetypene. Radio er som tid-

ligere nevnt ikke omfattet av direktivet og inngår derfor ikke i begrepet audiovisuelle medietjenester. I høringens lovforslag forelå det dermed to samlebegrep som overlappet hverandre i tillegg til tre forskjellige tjenestetyper.

Til tross for at AMT-direktivet innebærer en omfattende harmonisering av regelverket for fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester, er det fortsatt slik at flesteparten av lovens bestemmelser bare vil gjelde for kringkasting. Det vil derfor fortsatt være behov for et samlebegrep for kringkastet fjernsyn og radio.

Etter en ny vurdering og på bakgrunn av høringsuttalelsene ser departementet at det er behov for en forenkling av definisjonsbestemmelsen og at det kan være hensiktsmessig å begrense antall definisjoner og begreper. Departementet foreslår derfor å kutte ut samlebegrepet audiovisuelle medietjenester og erstatte dette med fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester. I lovens tittel kan begrepet audiovisuelle medietjenester erstattes av begrepet audiovisuelle bestillingstjenester ettersom fjernsyn allerede er omfattet av kringkastingsbegrepet. Dette gir etter departementets oppfatning et klarere uttrykk for hvilke tjenester som er omfattet av loven og at utvidelsen av loven dreier seg om audiovisuelle bestillingstjenester. De felles grunnvilkårene som er beskrevet i meldingens kapittel 5.1 var i høringsrunden tatt inn i definisjonen av audiovisuelle medietjenester. Selv om grunnvilkårene i praksis trolig vil få mindre betydning for fjernsyn, kan det ikke utelukkes at vilkårene kan få betydning for aktører som tilbyr audiovisuelt innhold i sanntid over Internett. Det er derfor nødvendig at fellesvilkårene fremgår både i definisjonen av fjernsyn og i definisjonen av audiovisuelle bestillingstjenester.

Departementet ser videre et behov for å gi en egen programdefinisjon da dette begrepet er sentralt i avgrensingen av hvilke tjenester som omfattes av loven.

1.4.3.2 KORT OM FORSKJELLER OG LIKHETER MELLOM FJERNSYN OG AUDIOVISUELLE BESTILLINGSTJENESTER

Den viktigste forskjellen mellom fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester er hvem som velger når et program skal vises. For fjernsyn er utsendingen av programmene initiert av fjernsynsselskapet for samtidig visning til seerne. For audiovisuelle bestillingstjenester skjer visningen på et tidspunkt seeren selv velger og på dennes anmodning.

Begge begrepene er teknologinøytrale. Det betyr at det ikke spiller noen rolle hvilken teknologi som benyttes ved formidlingen av programmene. Det har heller ingen betydning hvilken teknologi eller innretning som benyttes for å få tilgang til programmene.

Den viktigste teknologiske forskjellen mellom fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester er at bestillingstjenester forutsetter at det er en form for returkanal fra seeren til tjenestetilbyderen slik at seeren kan foreta valg i programkatalogen. Bestillingstjenesten forutsetter derfor en form for toveis kommunikasjon mellom tjenestetilbyderen og seeren og er derfor interaktivt.

Det er videre et selvstendig vilkår at bildeprogrammene presenteres i et sendeskjema når det gjelder fjernsyn eller i en programkatalog når det gjelder audiovisuelle bestillingstjenester. Dette innebærer en forskjell mellom fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester. Audiovisuelt innhold som ikke er organisert på denne måten vil derfor ikke omfattes av loven.

Departementet legger for øvrig til grunn at utvidelsen av loven og definisjonen av audiovisuelle bestillingstjenester baseres på en minimumstilnærming slik at utvidelsen ikke går lenger enn det som følger av AMT-direktivets definisjon.

1.4.3.3 FELLESVILKÅRENE FOR FJERNSYN OG AUDIOVISUELLE BESTILLINGSTJENESTER

Fellesvilkårene i artikkel 1 nr. 1 illustrerer likhetene mellom fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester og understreker at det også for audiovisuelle bestillingstjenester må dreie seg om massemedia som har vært redaksjonelt bearbeidet og som er i konkurranse med tradisjonelle fjernsynssendinger.

Selv om fellesvilkårene også omfatter fjernsyn vil vilkårene trolig få størst betydning som avgrenskriterium for audiovisuelle bestillingstjenester. Dette skyldes at tilbudet av audiovisuelle bestillingstjenester i dag er langt mer variert med hensyn til aktører og distribusjonsplattformer enn hva som er tilfellet for fjernsyn.

1.4.3.3.1 *Definisjonen av bildeprogrammer*

Det sentrale for både fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester er at det dreier seg om å tilby programmer med levende bilder. For at det skal foreligge et program etter direktivet må det ifølge artikkel 1 nr. 1 bokstav b dreie seg om «levende bilder med eller uten lyd som utgjør ett enkelt innslag innenfor en programoversikt eller en programkatalog». Tekstbasert innhold som følger slike programmer, som elektroniske programguider (EPGer) og teksting er også omfattet av direktivet. Vilkåret om levende bilder utelukker derimot radioprogrammer og lydoverføringer som f.eks. podcaster. Søkemotorer og spilltjenester er heller ikke omfattet av direktivet. Det samme gjelder elektroniske versjoner av aviser og tidsskrifter.

Departementet mener at det er mest hensiktsmessig om dette vilkåret inntas i en egen definisjon og at

man benytter begrepet bildeprogram for å understreke at radioprogrammer ikke er omfattet. Det karakteristiske ved de audiovisuelle bestillingstjenestene som foreslås regulert er at de har likhetstrekk med fjernsyn. Det betyr også at de konkurrerer om samme publikum som fjernsynssendinger og at tjenestenes art og måten å få tilgang på, fører til at brukeren med rimelighet kan forvente at tjenestene er omfattet av reguleringen.

Ettersom programbegrepet vil kunne endres over tid, mener departementet at det ikke er hensiktsmessig å foreta noen nærmere avgrensning med hensyn til programmenes lengde, innhold eller form. Hvordan grensen skal trekkes konkret vil være opp til Medie-tilsynet å avgjøre i den enkelte sak i lys av europeisk praksis. Ut fra dagens medielandskap mener departementet at loven i første rekke vil komme til å omfatte nett-TV-tilbudet til de tradisjonelle kringkasterne NRKs nett-TV, TV 2 Sumo, TV Norges nett-tv og liknende samt tjenester som tilbyr elektronisk filmleie og medieforetak som i tillegg til tjenester med tekstbasert nyhetsstoff tilbyr egne og atskilte tjenester med programmer som er sammenliknbare med fjernsynsprogrammer.

1.4.3.3.2 Tjenestens hovedformål

Levering av bildeprogrammer må være tjenestens hovedformål for at det skal dreie seg om fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester. Elektroniske versjoner av aviser og tidsskrifter vil falle utenfor dersom det audiovisuelle innholdet ikke er tjenestens hovedformål, men kun benyttes som en støttefunksjon. Nettaviser hvor noen av de skriftlige artiklene er illustrert med kortere videosnutter vil derfor ikke være omfattet av direktivet. For redaksjoner som parallelt med tradisjonelle nettaviser også tilbyr tjenester der det audiovisuelle innholdet må betraktes som en primæraktivitet, som f. eks. VGTV, vil imidlertid disse tjenestene kunne være omfattet av direktivet og loven. Forutsetningen for dette er at det dreier seg om klart atskilte tjenester og at innholdet presenteres i et sendeskjema eller programkatalog. Det må her foretas en konkret vurdering i lys av praksis i andre EØS-land. Utgangspunkt for vurderingen må være om det audiovisuelle innholdet står på egne ben eller om det benyttes for å illustrere skrevne artikler i den elektroniske versjonen av avisen. Det må videre legges vekt på i hvilken grad tjenesten kan sies å konkurrere med tradisjonelt fjernsyn og seernes rimelige forventninger. Dette betyr at det må foretas en vurdering av om tjenesten markedsføres og presenteres for seerne som en TV-tjeneste. Det må for øvrig tas hensyn til at slike tjenester er under konstant endring slik at statusen for en enkel tjeneste kan endre seg over tid.

Etter departementets vurdering fremgår det av høringsnotatet at det skal foretas en vurdering av hva som er tjenestens hovedformål. I forslaget til lovtekst ble imidlertid begrepet «formål» benyttet. Dette var ikke tilsiktet. Departementet mener derfor at lovteksten bør presiseres slik at det klart fremgår at det skal gjøres en vurdering av hva som er tjenestens hovedformål i samsvar med direktivet.

1.4.3.3.3 Allmennheten – massemedia

Tjenesten må være offentlig tilgjengelig og karakteriseres som massemedia. Massemedia vil ifølge fortalen punkt 21 dreie seg om tjenester som «er beregnet på å mottas av, og som vil kunne ha en klar innvirkning på, en betydelig del av allmennheten». Direktivets begrep samsvarer med innholdet av begrepet «allmennheten» i gjeldende kringkastingslov § 1-1. Lovforslaget innebærer således ingen endring av dette kriteriet.

1.4.3.3.4 Ervervsvilkåret

Ikke-økonomisk virksomhet faller utenfor direktivets virkeområde. Regelverket omfatter tjenester som «vanligvis ytes mot betaling» men også tjenester som er gratis for seeren vil være omfattet.

Ervervsvilkåret skal bidra til å avgrense mot tjenester som ikke er i konkurranse med fjernsynssendinger. Som eksempel på innhold som faller utenfor direktivet nevnes «private nettstedet og tjenester som består i levering eller distribusjon av audiovisuelt innhold framstilt av private brukere med sikte på deling og utveksling innenfor interessegrupper». Innhold som er lastet opp av privatpersoner på YouTube og liknende vil derfor ikke være omfattet av regelverket.

Det fremgår klart at lisensfinansierte allmennkringkastere vil være omfattet av direktivets bestemmelser på lik linje med kommersielle aktører.

Departementet mener at begrepet «ervervsvirksomhet» bør benyttes i definisjonene av fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester.

1.4.3.3.5 Elektroniske kommunikasjonsnett

For at det skal dreie seg om audiovisuelle bestillingstjenester eller fjernsyn er det videre et vilkår at tjenesten tilbys via et elektronisk kommunikasjonsnett. Både fjernsynsbegrepet og begrepet audiovisuelle bestillingstjenester er teknologinøytrale. Dette betyr at det har ingen betydning hvilken teknologi som benyttes for formidling av programmene så lenge overføringen av innholdet skjer via et elektronisk kommunikasjonsnett. Det har heller ingen betydning hvilken teknologi eller innretning som benyttes for å få tilgang til programmene.

I definisjonen av kringkasting i gjeldende kringkastingslov § 1-1 første ledd brukes begrepet «med radiobølger eller over tråd». For at ordlyden skal gi bedre uttrykk for at definisjonen er ment å være teknologinøytral mener departementet at direktivets uttrykk «elektroniske kommunikasjonsnett» bør benyttes i loven. Dette gjelder også for definisjonen av radio. Departementet vil understreke at dette ikke innebærer noen realitetsendring i forhold til gjeldende rett og at endringen kun er av språklig art.

1.4.3.3.6 Definisjon av tjenestetilbyder – vilkåret om underlagt effektiv redaksjonell kontroll

Etter artikkel 1 nr. 1 bokstav a er det et vilkår at bildeprogrammene som tilbys er underlagt det redaksjonelle ansvaret til en fysisk eller juridisk person, kalt tilbyder av medietjenester. At tjenesten er underlagt det redaksjonelle ansvaret til en tjenestetilbyder er et selvstendig vilkår som avgrenser regelverkets saklige virkeområde. Det betyr at aktører og tjenester som ikke har redaksjonelt ansvar for programmene heller ikke er omfattet av direktivet.

Et redaksjonelt ansvar etter direktivet innebærer at tilbyderen utøver effektiv kontroll med både utvelgelsen og organiseringen av programmene i en kronologisk programoversikt (fjernsyn) eller i en programkatalog (audiovisuelle bestillingstjenester).

Det avgjørende for å ha redaksjonelt ansvar for en tjeneste er om aktøren kan sies å ha effektiv kontroll over utvelgelsen og sammensetningen av de enkelte programmer i en tjeneste.

Departementet gikk i høringen inn for å gi en definisjon av tilbyder av medietjenester hvor vilkåret ble formulert til den «redaksjonelle kontrollen for utvelgelsen og organiseringen av programmene». Flere av høringsinstansene var kritiske til at departementet i lovforslaget benyttet uttrykket «redaksjonell kontroll» i stedet for «redaksjonelt ansvar» og viser blant annet til at terminologien avviker fra terminologien benyttet i direktivet og gjeldende definisjon av redaksjonelt ansvar i kringkastingsloven.

I høringen pekte Medietilsynet og NRK dessuten på at departementet i høringsnotatets utkast til lovtekst benyttet uttrykket «kontroll», i motsetning til «effektiv kontroll» i direktivteksten. Medietilsynet mener at dette uttrykket bør benyttes i lovteksten for på en tydeligere måte få fram at det skal handle om handlinger til av et visst omfang for å oppfylle vilkåret om redaksjonell kontroll.

Departementet er enig med Medietilsynet i at uttrykket «effektiv kontroll» bør inkluderes i definisjonen for å få fram at de redaksjonelle handlingene som utføres må være av en viss karakter før vilkåret vil være oppfylt. Det avgjørende kriteriet vil altså være hvorvidt tilbyderen kan sies å inneha «effektiv kon-

troll» over utvelgelse og organisering av programtilbudet innenfor et sendeskjema eller programkatalog.

Det sentrale spørsmålet blir derfor hva det innebærer å utøve «effektiv kontroll» over tilbudet i vedkommende tjeneste. Etter departementets vurdering må utgangspunktet være at en tilbyder av audiovisuelle medietjenester ikke skal kunne holdes ansvarlig for noe mer enn det vedkommende foretak selv har anledning til å påvirke.

Departementet anser at effektiv kontroll i første rekke relaterer seg til den enhet som faktisk foretar de daglige beslutninger med hensyn til tjenestens innhold. I vurderingen av om en aktør har kontroll med utvelgelse av programmer, vil det avgjørende derfor være at tjenesteyteren gjør et positivt valg med hensyn til utvalg av enkeltprogrammer som tilbys og som gjør at tjenesten skiller seg fra en annen.

1.5 Jurisdiksjon og sendinger fra andre EØS-land

1.5.1 Senderlandsprinsippet og prinsippet om fri viderefremidling

AMT-direktivet viderefører det såkalte senderlandsprinsippet fra fjernsynsdirektivet. Prinsippet innebærer i korte trekk at hvert land er ansvarlig for at tjenestetilbydere i landet overholder nasjonal lovgivning og direktivets bestemmelser. Dette innebærer at:

- en tjenestetilbyder skal bare være underlagt reglene i det landet virksomheten er etablert
- en tjenestetilbyder kan ikke være underlagt mer enn én medlemsstats regelverk

Et av hovedformålene med direktivet er å legge til rette for fri bevegelse av fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester. Prinsippet om fri viderefremidling innebærer at det enkelte EØS-land (heretter mottakerland) i utgangspunktet ikke kan hindre videresending av fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester fra tilbydere etablert i et annet EØS-land (senderland). Fra dette utgangspunkt åpner direktivet for unntak etter nærmere vilkår i tre tilfeller:

- når mottakerlandet har innført strengere regler enn senderlandet, kan mottakerlandet ved omgåelsestilfeller iverksette egnede tiltak ved brudd på nasjonale regler. Denne adgangen gjelder kun for fjernsynskanaler som hovedsakelig er rettet mot mottakerlandet og forutsetter blant annet at mottakerlandet først har gjennomført konsultasjoner med senderlandet
- mottakerlandet kan etter særskilte vilkår hindre videresending av fjernsynssendinger fra andre EØS-land på grunn av brudd på direktivets regler om innhold som kan være skadelig for mindre-

- årige eller som oppfordrer til hat på grunnlag av rase, kjønn, religion eller nasjonalitet
- med hensyn til audiovisuelle bestillingstjenester fra andre EØS-land kan mottakerlandet iverksette egnede tiltak når det er nødvendig av viktige samfunnshensyn

1.5.2 *Jurisdiksjonskriterier*

AMT-direktivet inneholder en rekke detaljerte regler for å avgjøre hvilken medlemsstat som har jurisdiksjon. I første omgang avhenger jurisdiksjonen av hvor hovedkontoret ligger og hvor redaksjonelle avgjørelser tas.

1.5.3 *Konsultasjonsprosedyren for nasjonalt regelverk for fjernsyn*

1.5.3.1 AMT-DIREKTIVET

AMT-direktivet er et minimumsdirektiv.

Senderlandsprinsippet og prinsippet om fri vide-reformidling innebærer at Norge i utgangspunktet ikke kan motsette seg sendinger fra fjernsynskanaler som har etablert seg i et annet EØS-land med lempeligere regler og som retter sendingene sine mot Norge.

Direktivet åpner for at mottakerlandet kan gjennomføre en konsultasjonsprosedyre for å få senderlandet til å anmode fjernsynskanalen til å opptre i samsvar med regelverket i mottakerlandet. Det må understrekes at anmodningen ikke innebærer noen formell forpliktelse til å følge regelverket i mottakerlandet. Konsultasjonsprosedyren utgjør derfor ikke noe unntak fra senderlandsprinsippet eller prinsippet om fri videreformidling, men er et system for å få i stand en minnelig løsning basert på frivillighet.

Ordningen innebærer at mottakerlandet sender en begrunnet anmodning om at senderlandets myndigheter ber den aktuelle kringkasteren å følge nærmere bestemte regler i mottakerlandets lovgivning. Senderlandets myndigheter plikter å henvende seg til kringkasteren med en anmodning om at den følger de aktuelle reglene i mottakerlandet. Direktivet pålegger ikke senderlandets myndigheter å tvinge kringkasteren til å etterkomme anmodningen.

Konsultasjonsprosedyren kan bare benyttes overfor kanaler som er helt eller hovedsakelig rettet mot mottakerlandet.

1.5.3.2 DEPARTEMENTETS VURDERING

Norges rett til å rette henvendelser til andre EØS-land bør etter departementets vurdering fastsettes i kringkastingsforskriften.

Norges plikt til å gjennomføre konsultasjoner bør hjemles i kringkastingsloven selv om plikten til å gjennomføre konsultasjoner kun retter seg mot norske myndigheter og ikke medfører noen plikter eller rettigheter for norske fjernsynsforetak.

Som departementet tok opp i høringen bør norske myndigheters forpliktelse til å anmode et fjernsyns-selskap til å følge regelverket i et annet EØS-land ikke gjelde ubetinget. For det første må det foreligge en begrunnet henvendelse. For det andre må norske myndigheter vurdere om fjernsynsselskapet faller inn under norsk jurisdiksjon og i hovedsak retter seg mot vedkommende EØS-land. For det tredje må regelverket i EØS-landet være fastsatt i allmennhetens interesse i samsvar med fellesskapsretten. For det fjerde kan ikke norske myndigheter oppfordre fjernsynsselskaper etablert i Norge om å rette seg etter utenlandsk regelverk dersom det strider mot andre norske rettsregler.

1.5.4 *Omgåelsesprosedyren for nasjonalt regelverk for fjernsyn*

1.5.4.1 AMT-DIREKTIVET

Direktivet etablerer en prosedyre som kan følges i omgåelsestilfeller dersom mottakerlandet finner at konsultasjonsprosedyren ikke gir tilfredsstillende resultater. Direktivet åpner for at mottakerlandet kan iverksette «egne tiltak» dersom den aktuelle kringkasteren har etablert seg i senderlandet med den hensikt å omgå de strengere regler som gjelder i mottakerlandet. Adgangen til å iverksette tiltak etter denne bestemmelsen gjelder i omgåelsestilfeller.

Vilkårene for å iverksette tiltak etter bestemmelsen kan oppsummeres slik:

- det er gjennomført en konsultasjonsprosedyre som ikke har gitt tilfredsstillende resultater
- det foreligger et omgåelsestilfelle
- tiltakene må være ikke-diskriminerende, proporsjonale, nødvendige og begrunnet i allmenne hensyn
- ESA og senderlandet et blitt varslet om tiltakene og begrunnelsen
- ESA har godkjent at tiltakene er i samsvar med fellesskapsretten

1.5.4.2 DEPARTEMENTETS VURDERING

Departementet vil i det følgende særlig drøfte hvilke tiltak det bør åpnes for og hvilket organ som skal ha adgang til å iverksette tiltak etter omgåelsesprosedyren.

Departementet er enig med Forbrukerombudet i at en bestemmelse som åpner for tiltak i omgåelsestilfeller vil kunne virke preventivt med hensyn til omgøelser av regelverket. Departementet mener derfor at adgangen til å iverksette tiltak ved omgøelser av norske regler, bør inntas i kringkastingsloven og tilhørende forskrifter. Ettersom det er tale om inn-grep med rettslige midler overfor private aktører, innebærer legalitetsprinsippet at regelverket må spesifisere hvilke tiltak som kan iverksettes. Som nevnt

fremgår det ikke av direktivet hva som vil anses som «egnede tiltak». Slik departementet ser det har de forskjellige statene en betydelig grad av frihet til å velge den type tiltak som anses mest hensiktsmessig.

I høringen foreslo departementet nedleggelse av forbud mot videresending som virkemiddel i omgåelsessaker. Dette må også innebære at mindre drastiske tiltak kan iverksettes, som for eksempel pålegg om sladding av visse reklameavbrudd. Departementet slutter seg til høringsuttalelsene fra Medietilsynet og TV 2 som peker på at tiltak må utformes slik at det også bør kunne nedlegges forbud mot salg, utleie eller markedsføring av innretninger eller tjenester som i det vesentlig har til formål å gi tilgang til fjernsynskanaler som omgår norsk regelverk. Disse tiltakene samsvarer med kringkastingslovens adgang til tiltak ved brudd på bestemmelser om beskyttelse av mindreårige og som oppfordrer til hat, jf. kringkastingsloven § 4-5 andre ledd.

Gjennomføring kan skje gjennom en utvidelse av kringkastingsloven § 4-5 og at nærmere fremgangsmåte og vilkår fastsettes i kringkastingsforskriften. Etter departementets oppfatning bør det etableres en lovhjæmmel til å varsle en kringkaster etablert i et annet EØS-land som sender sendinger som hovedsakelig er rettet mot det norske markedet og omgår norsk regelverk, om at tiltak vil bli iverksatt dersom kringkasteren ikke retter seg etter nærmere spesifiserte norske regler.

1.5.5 Beskyttelsestiltak ved brudd på direktivets regler om innhold som kan være skadelig eller oppfordre til hat i fjernsyn

Utgangspunktet er at hvert land har ansvar for at tjenestetilbydere under deres jurisdiksjon følger grunnkravene i direktivet. Dersom et EØS-land ikke sørger for at særlig viktige regler i direktivet blir overholdt, kan andre EØS-land iverksette beskyttelsestiltak. Adgangen til tiltak omfatter kun brudd på direktivets regler om innhold som kan være alvorlig til skade for mindreårige, skadelig for mindreårige, eller brudd på direktivets forbud mot program som oppfordrer til hat på grunnlag av rase, kjønn, religion eller nasjonalitet. Bestemmelsen forutsetter ikke at det dreier seg om en omgåelsessituasjon.

1.5.6 Audiovisuelle bestillingstjenester: beskyttelsestiltak begrunnet i hensynet til viktige samfunnshensyn

1.5.6.1 AMT-DIREKTIVET

AMT-direktivet utvider som nevnt ovenfor prinsippet om fri videreformidling til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester. Direktivet oppstiller derfor også en særskilt unntaksregel for slike tjenester i artikkel 3 nr. 4. Etter disse reglene kan det gjøres unntak fra prinsippet om fri videreformidling dersom

en audiovisuell bestillingstjeneste skader eller det er tungtveiende risiko for skade på følgende samfunnshensyn:

- den offentlige orden, særlig forebygging, etterforskning, avsløring og forfølgning av straffbare forhold herunder beskyttelse av mindreårige, oppfordring til hat og krenkelse av enkeltpersoners menneskeverd
- vern av folkehelsen
- den offentlige sikkerhet, herunder vern av den nasjonale sikkerhet og forsvar, eller
- forbrukere og investorer så langt disse er forbrukere

1.5.6.2 HØRINGEN

I høringsnotatet foreslo departementet ingen regler for å fastsette beskyttelsestiltak i forhold til audiovisuelle bestillingstjenester i samsvar med artikkel 3 nr. 4. Begrunnelsen for dette var at en slik hjemmel reiser komplekse problemstillinger og berører i hvilken grad tilbydere av overføringstjenester skal pålegges plikter på bakgrunn av innholdet de distribuerer.

1.5.6.3 DEPARTEMENTETS VURDERING

Spørsmålet er om kringkastingsregelverket bør inneholde en bestemmelse som gir norske myndigheter hjemmel til å iverksette beskyttelsestiltak i forbindelse med audiovisuelle bestillingstjenester. Direktivet åpner for at det enkelte EØS-land selv vurderer om det er ønskelig å fastsette slike regler. Det er derfor ingen plikt til å innføre slike regler. Det må understrekes at det her kun dreier seg om beskyttelsestiltak mot tjenester som defineres som audiovisuelle bestillingstjenester, ikke mot innhold på Internett som sådan. Departementet vil eventuelt komme tilbake til spørsmålet om det bør innføres en hjemmel til å iverksette beskyttelsestiltak for audiovisuelle bestillingstjenester i kringkastingsloven dersom erfaringene med utvidelsen av loven tilsier at det er behov for en slik bestemmelse.

1.5.7 Norges tilpasningsforhandlinger om alkoholreklame i fjernsynssendinger som er særskilt rettet mot Norge

Etter fjernsynsdirektivet hadde Norge et generelt unntak fra prinsippet om fri videreformidling når det gjelder alkoholreklame.

Den 14. februar 2012 offentliggjorde regjeringen at den etter avtale med de andre EFTA-landene vil meddele EU-siden at man tar AMT-direktivet inn i EØS-avtalen uten at unntaket videreføres. Regjeringen legger til grunn at alkoholovens forbud mot alkoholreklame som også omfatter alkoholreklame i rettede sendinger fra utlandet er forenelig med direk-

tivet og kan bestå og at eventuelle brudd kan håndheves i samsvar med direktivets prosedyrer.

1.6 Fellesregler for fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester

1.6.1 Identifikasjonsregler

1.6.1.1 AMT-DIREKTIVET

AMT-direktivet artikkel 5 pålegger EØS-landene å sørge for at tilbydere av fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester underlagt deres jurisdiksjon er identifiserbare for seerne. Bakgrunnen for identifikasjonsreglene i artikkel 5 er slike tjenesters betydning for meningsdannelsen i samfunnet og at seerne derfor bør kunne identifisere hvem som er ansvarlige for innholdet i tjenesten. Det er altså seernes, og ikke myndighetens, behov for å vite hvem som er ansvarlig for en tjeneste som legitimerer reglene om identifikasjonsplikt.

1.6.1.2 DEPARTEMENTETS VURDERING

Ettersom formålet med direktivets bestemmelse er å identifisere tilbyderen overfor seerne vil registreringsordninger og konsesjonssystemer ikke være tilstrekkelig. Selv om tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester vil være omfattet av ehandelsloven, gjelder det i dag ingen identifikasjonsregler for fjernsyn. Departementet mener derfor at det er mest hensiktsmessig at det i kringkastingsloven fastsettes en felles regel om identifiseringsplikt som både omfatter fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester. Når det gjelder de nærmere krav til identifikasjonen er departementet enig med Forbrukerombudet i at kravene bør utformes i samsvar med ehandelsloven § 8. Det bør for øvrig innarbeides en forskriftshjemmel for å kunne gi nærmere regler om identifikasjonskravet.

Dersom det skulle vise seg å være behov for å utvide registreringsplikten i kringkastingsloven § 2-1 tredje ledd for at Medietilsynet skal kunne føre et mer effektivt tilsyn med tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester, vil departementet eventuelt vurdere dette etter at loven har vært i kraft i en viss tid. Behovet må eventuelt ses i sammenheng med hvilket merarbeid dette vil kreve fra tjenestetilbydere og fra tilsynsmyndigheten. På det nåværende tidspunkt er det imidlertid ikke aktuelt å innføre en registreringsplikt for tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester.

1.6.2 Tiltak mot innhold som oppfordrer til hat

1.6.2.1 AMT-DIREKTIVET

AMT-direktivet artikkel 6 lyder som følger:

«Medlemsstatene skal med egnede midler sikre at audiovisuelle medietjenester som leveres av tilbydere av medietjenester underlagt deres jurisdiksjon

ikke inneholder noe som oppfordrer til hat på grunnlag av rase, kjønn, religion eller nasjonalitet.»

Bestemmelsen omfatter nå også audiovisuelle bestillingstjenester i tillegg til kringkastet fjernsyn. Utover dette er bestemmelsen uforandret i forhold til fjernsynsdirektivet som allerede er gjennomført i Norge. Utrykket «egnede midler» viser tvert imot at det er opp til medlemsstatene å definere hvilke tiltak som skal iverksettes og innebærer ikke et krav om at hatefulle ytringer forbys.

1.6.2.2 DEPARTEMENTETS VURDERING

Ettersom straffeloven § 135 a ikke omfatter hatefulle ytringer på bakgrunn av kjønn oppstår det et spørsmål om direktivets krav er oppfylt på dette området. Vurderingen av om det er nødvendig å iverksette ytterligere tiltak må ses i sammenheng med Grunnlovens bestemmelse om ytringsfrihet i § 100.

Sett i lys av øvrige tiltak man i Norge har iverksatt for å bedre likestillingen mellom kjønnene og det generelle klima i det offentlige ordskifte på dette området, mener departementet at en utvidelse av et forbud vil kunne virke mot sin hensikt og at det ikke er behov for ytterligere tiltak for å oppfylle direktivets krav på dette området. Departementet mener derfor at direktivets artikkel 6 må anses oppfylt.

1.6.3 Tilgang for syns- og hørselshemmede

1.6.3.1 AMT-DIREKTIVET

I artikkel 7 er det fastsatt at medlemslandene skal oppmuntre tilbydere av audiovisuelle medietjenester til å sørge for at deres tjenester gjøres tilgjengelig for syns- og hørselshemmede.

1.6.3.2 HØRINGEN

I høringsnotatet foreslo departementet følgende:

- NRK skal tekste alle riksdekkende fjernsynssendinger, inkludert direktesendinger mellom kl. 18.00 og 23.00 hver dag. Utenfor dette tidsrommet skal alle sendinger som ikke er direktesendinger tekstes.
- Øvrige riksdekkende fjernsynskanaler med mer enn fem pst. publikumsandel skal tekste alle fjernsynssendinger mellom kl. 18.00 og 23.00 hver dag. Dette gjelder også direktesendinger dersom teksting er teknisk og praktisk mulig i forhold til produksjonstid.

1.6.3.3 DEPARTEMENTETS VURDERING

Departementets forslag i høringen var at tekstekravene til kommersielle kringkastere kun skal gjelde fjernsynskanaler med mer enn fem prosent publikumsandel, og at bare NRK skal ha krav om teksting utenfor primetime. Flere av interesseorganisasjonene

etterlyser krav om teksting av alle ferdigproduserte programmer hele døgnet på alle riksdekkende kanaler.

Verken TV 2 eller TVNorge, som per i dag er de kommersielle kanalene som mest sannsynlig vil berøres av terskelen på fem prosent publikumsandel, ønsker å tallfeste hva en evt. utvidelse av tekstekravet til å gjelde alle ferdigproduserte programmer hele døgnet vil kunne koste.

Det vil etter alt å dømme være unødig tyngende for mindre riksdekkende kanaler (nisjekanaler) og lokalfjernsynskanaler å måtte tekste alle sine ferdigproduserte programmer. Dette er bakgrunnen for forslaget om at tekstekravene kun skal gjelde for kommersielle kanaler med mer enn fem prosent publikumsopplutning i tillegg til NRKs riksdekkende kanaler.

Det er etter departementets oppfatning ikke aktuelt å stille krav om at alle kringkasterne til enhver tid skal tekste alle programmer. Før et så omfattende krav eventuelt kan lovfestes må det utvikles tekniske løsninger som reduserer kostnadene ved blant annet teksting av direktesendinger.

Departementet ser det ikke som urimelig at tekstekravet til de store kommersielle kringkasterne på sikt utvides til å gjelde mer generelt, men foreslår i denne omgang lovfesting i tråd med det forslaget som ble fremmet i høringen. Departementet vil imidlertid understreke at en slik lovfesting av tekstekravet bare er å anse som et første steg på vei mot en mer universell utforming av TV-tilbudet, og at det vil være aktuelt å utvide tekstekravet for de kommersielle kringkasterne etter hvert.

Departementet mener det foreløpig ikke er grunnlag for å stille særskilte krav om teksting av audiovisuelle bestillingstjenester, men oppfordrer kringkasterne til å utvikle og tilby slike tilretteleggingstjenester.

Departementet legger til grunn at det er viktig å stimulere medietilbyderne til å utvikle tjenester som tegnspråktolkning, synstolkning og lydteksting.

Departementet mener at det per i dag er tidlig å lovregulere slike tjenester. Departementet foreslår at lovforslaget om teksting i fjernsyn gjennomføres i kringkastingsloven.

1.6.4 Grunnkrav til audiovisuell kommersiell kommunikasjon

1.6.4.1 DEFINISJONEN AV AUDIOVISUELL KOMMERSIELL KOMMUNIKASJON

Artikkel 9 i direktivet inneholder en rekke minimumskrav som gjelder kommersielle ytringer som formidles gjennom fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester.

I høringen foreslo departementet en definisjon av audiovisuell kommersiell kommunikasjon hvor ordlyden samsvarte med direktivets definisjon.

Etter en ny vurdering er departementet kommet til at det ikke er hensiktsmessig eller nødvendig å innarbeide noen definisjon av audiovisuell kommersiell kommunikasjon i loven.

1.6.4.2 SKJULT AUDIOVISUELL KOMMERSIELL KOMMUNIKASJON

Artikkel 9 nr. 1 bokstav a og b fastslår at audiovisuell kommersiell kommunikasjon lett skal kunne gjenkjennes og at den ikke skal benytte metoder som påvirker underbevisstheten.

Til forskjell fra fjernsynsdirektivet oppstiller AMT-direktivet et forbud mot skjulte fenomener av reklame, sponing, telekjøp og produktplassering.

AMT-direktivet anser at produktplassering i samsvar med reglene i artikkel 11 ikke er skjult audiovisuell kommersiell kommunikasjon.

Gjeldende forbud i kringkastingsloven § 3-3 og definisjonen i kringkastingsloven § 1-1 femte ledd gjelder kun skjult reklame i fjernsyn og radio.

I høringsrunden foreslo departementet at kringkastingsloven § 3-3 ble utvidet i samsvar med direktivet.

Departementet slutter seg til Forbrukerombudets uttalelse om at det er hensiktsmessig og mest oversiktlig dersom kringkastingslovens forbud utvides. For å sikre korrekt gjennomføring av direktivet legger departementet til grunn at gjeldende forbud formuleres slik at det vil omfatte enhver form for markedsføring, og at bestemmelsen utvides slik at den både omfatter fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester. Ettersom departementet ikke opprettholder forslaget om en særskilt definisjon av audiovisuell kommersiell kommunikasjon mener departementet at det er mer hensiktsmessig å benytte begrepet skjult markedsføring og at definisjonen innarbeides i forbudsbestemmelsen i kringkastingsloven § 3-3.

Gjeldende forbud omfatter som nevnt også skjult reklame i radio. AMT-direktivet regulerer ikke radio og definisjonen av skjult audiovisuell kommersiell kommunikasjon omfatter strengt tatt ikke reklame i radio da radio ikke er et audiovisuelt medium. Departementet legger imidlertid til grunn at det fortsatt skal gjelde et forbud mot skjult reklame i radio og at bestemmelsen derfor skal gjelde så langt den passer for radio.

1.6.4.3 MENNESKELIG VERDIGHET, OPPFORDRING TIL HAT ELLER SKADELIG ATFERD

AMT-direktivet artikkel 9 nr. 1 bokstav c fastslår at medlemsstatene skal sikre at audiovisuell kommersiell kommunikasjon underlagt deres jurisdiksjon ikke skal

- krenke menneskeverdet
- inneholde eller oppføre til hat på grunnlag av kjønn, rase eller etnisk opprinnelse, nasjonalitet, religion eller tro, funksjonshemning, alder eller seksuell legning
- oppføre til atferd som er skadelig for helse eller sikkerhet
- oppføre til atferd som er svært skadelig for miljøet

Departementet legger til grunn at artikkel 9 kun innebærer en overordnet forpliktelse til å sørge for at audiovisuell kommersiell kommunikasjon som leveres av tilbydere underlagt norsk jurisdiksjon er i samsvar med kravene i bestemmelsen. Det er derfor i utgangspunktet likegyldig hvilket formål vedkommende lovbestemmelse har, så lenge direktivets krav i praksis oppfylles.

Departementet anser at direktivets krav vil være oppfylt gjennom markedsføringsloven § 2 da denne rammer markedsføring som krenker allmenne etikk- og moraloppfatninger og utbredte normer i samfunnet.

1.6.4.4 SIGARETTER OG ANDRE TOBAKKSVARER

Artikkel 9 nr. 1 bokstav d fastslår at alle former for audiovisuell kommersiell kommunikasjon som gjelder sigaretter og andre tobakksvarer skal være forbudt. Bestemmelsen er en videreføring av fjernsynsdirektivet, men har gjennom AMT-direktivet fått et videre anvendelsesområde i og med at også markedsføring via audiovisuelle bestillingstjenester omfattes.

Departementet vil for øvrig påpeke at direktivet også inneholder særskilte bestemmelser om sponing og produkt plassering i forbindelse med markedsføring av tobakksvarer.

Tobakksskadeloven § 2 første ledd fastslår at alle former for reklame for tobakksvarer er forbudt.

Etter departementets syn vil forbudet i tobakksskadeloven omfatte alle former for audiovisuell kommersiell kommunikasjon slik dette er definert i direktivet, enten dette skjer i fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester. På denne bakgrunn må totalforbudet i direktivet anses å være gjennomført i norsk rett.

1.6.4.5 ALKOHOLHOLDIGE DRIKKER

Artikkel 9 nr. 1 bokstav d lyder som følger:

«audiovisuell kommersiell kommunikasjon for å fremme salget av alkoholholdige drikker skal ikke rettes særskilt mot mindreårige og skal ikke oppføre til overdrevent inntak av slike drikker».

Alkoholloven §§ 9-1 og 9-2 inneholder i dag et generelt forbud mot reklame for alkoholholdige drikker og tilvirkningsmidler for slike drikker.

Forbudet omfatter enhver form for audiovisuell kommersiell kommunikasjon i fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester. I motsetning til direktivet som kun retter seg mot markedsføring rettet mot barn eller som oppfordrer til overdrevent konsum er det norske forbudet generelt. Direktivet er ikke til hinder for at det norske regelverket går lenger enn direktivets regler på dette området. Det vises til at direktivet er et minimumsdirektiv og at medlemsstatene har adgang til å fastsette nærmere eller strengere regler, jf. artikkel 4 nr. 1.

1.6.4.6 LEGEMIDLER OG MEDISINSK BEHANDLING

Artikkel 9 nr. 1 bokstav f inneholder et forbud mot audiovisuell kommersiell kommunikasjon som gjelder reseptbelagte legemidler og reseptbelagt medisinsk behandling. Bestemmelsen er en videreføring fra fjernsynsdirektivet, men er gjennom AMT-direktivet utvidet til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester.

Departementet legger til grunn at direktivets bestemmelse må anses å være gjennomført i norsk rett og at det ikke er behov for ytterligere regulering på dette området for å gjennomføre direktivet.

1.6.4.7 BESKYTTELSE AV MINDREÅRIGE

Artikkel 9 nr. 1 bokstav g lyder som følger:

«audiovisuell kommersiell kommunikasjon skal ikke påføre mindreårige fysisk eller moralsk skade. Audiovisuell kommersiell kommunikasjon skal derfor ikke direkte påvirke mindreårige til å kjøpe eller leie et produkt eller en tjeneste ved å utnytte deres uerfarenhet eller godtroenhet, direkte oppføre dem til å overtale sine foreldre eller andre til å kjøpe de varer eller tjenester som det blir reklamert for, utnytte mindreåriges særlige tillit til foreldre, lærere eller andre personer, eller uten grunn vise mindreårige i farlige situasjoner.»

Når det gjelder fjernsyn må direktivets bestemmelse anses gjennomført i norsk rett gjennom totalforbudet mot reklameinnslag i tilknytning til barneprogram eller reklame som er særlig rettet mot barn i kringkastingsloven.

Når det gjelder audiovisuelle bestillingstjenester omfattes disse av markedsføringslovens regler.

Departementet mener at AMT-direktivets bestemmelse må anses gjennomført i norsk rett. Departementet foreslo like fullt å utvide gjeldende regelverk i kringkastingsloven og kringkastingsforskriften til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester da vernet av barn og unge ikke bør være dårligere i forbindelse med audiovisuelle bestillingstjenester enn for fjernsyn.

I forbindelse med vern av barn og unge går norsk rett i sum lenger enn hva som kreves etter direktivet når det gjelder fjernsyn. Ettersom AMT-direktivet er et minimumsdirektiv og de norske reglene ikke kan sies å være i strid med fellesskapsretten, er dette uproblematisk. Dagens norske kringkastingsregelverk gjelder imidlertid bare for fjernsynstjenester. Etter departementets oppfatning finnes det ingen argumenter for at vernet av barn og unge bør være dårlige i forbindelse med audiovisuelle bestillingstjenester enn for fjernsyn. Departementet opprettholder derfor forslaget fra høringen om at kringkastingslovens forbud mot reklame rettet mot barn i § 3-1 andre ledd og bestemmelse om premier i kringkastingsprogram i § 3-5 utvides slik at reglene også omfatter audiovisuelle bestillingstjenester.

1.6.5 Sponsing

1.6.5.1 AMT-DIREKTIVET

AMT-direktivet artikkel 10 inneholder vilkår for sponsing av audiovisuelle medietjenester. Bestemmelsen er i hovedsak en videreføring av fjernsynsdirektivets regler, men er utvidet til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester. Sponsing er i artikkel 1 nr. 1 bokstav k definert som:

«(..) ethvert bidrag fra et offentlig eller privat foretak eller en fysisk person som ikke driver virksomhet som tilbyder av audiovisuelle medietjenester eller produksjon av audiovisuelle verker, til finansiering av audiovisuelle medietjenester eller programmer, med sikte på å fremme foretakets eller personens navn, varemerke, omdømme, virksomhet eller produkter.»

Dersom et program er sponset skal det opplyses om dette ved programmets begynnelse, under programmet og/eller ved slutten av programmet.

1.6.5.2 DEPARTEMENTETS VURDERING

1.6.5.2.1 *Utvidelse av sponsorregelverket til audiovisuelle bestillingstjenester*

Departementet understreker at Norge gjennom EØS-avtalen er forpliktet til å gjennomføre direktivets minimumsbestemmelser. Et sentralt vilkår i direktivet er at publikum skal få opplysning om sponsorforholdet. Norge må i henhold til EØS-retten gjennomføre direktiver i lov eller forskrift. Siden det allerede eksisterer sponsorbestemmelser som relaterer seg til fjernsyn, anser departementet det som hensiktsmessig å utvide den allerede eksisterende bestemmelsen i kringkastingsloven til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester.

1.6.5.2.2 *Definisjonen av sponsing*

I direktivets definisjon er det forutsatt en markedsføringshensikt ved sponsing gjennom setnings-

leddet «med sikte på å fremme». I lovforslaget er derfor leddet «med sikte på å fremme» innarbeidet i gjeldende definisjon. Departementet legger til grunn at vilkåret ikke skal tolkes strengt og antar at endringen vil få liten betydning i praksis. Så lenge det eksisterer en sponsoravtale, skriftlig eller muntlig, vil markedsføringshensikten normalt være oppfylt.

1.6.5.2.3 *Utvidelse av identifikasjonsreglene*

Departementet foreslo i høringen at opplysninger om sponsor skal kunne gis i form av sponsors omdømme, virksomhet, produkter eller tjenester, i tillegg til navn og varemerke. Departementet opprettholder ikke forslaget om at det skal være mulig å hen vise til sponsors omdømme eller virksomhet da dette vil kunne bidra til å utviske skillet mellom reklame og sponsing.

Forslaget om at sponsorplakatene også kan hen vise til sponsors produkter eller tjenester og ikke bare til sponsors navn, varemerke eller logo slik det er adgang til etter dagens regelverk, vil etter departementet vurdering bidra til å ivareta publikums informasjonsbehov samtidig som det bedrer tjenestetilbyderens finansieringsmuligheter. Enkelte sponsorer er mer kjent for sine produkter eller tjenester enn for sitt registrerte selskapsnavn. En åpning for referanse til produkt eller tjeneste kan således bidra til at publikum lettere kan identifisere mulige sammenkoblinger mellom sponsor og det redaksjonelle innholdet. Dette innebærer videre at mulighetene for sponsing blir tilsvarende som i våre naboland.

Departementet mener også at det er hensiktsmessig at referanse til sponsors logo bør bli stående i bestemmelsen som i dag.

1.6.5.2.4 *NRK*

En utvidelse av regelverket til å omfatte NRKs bestillingstjenester er etter departementets oppfatning viktig av flere årsaker. For det første vil bestemmelsene i forskriften som begrenser NRKs muligheter for sponsing av programmer, både når det gjelder utformingen av sponsorplakater og hvilke programtyper som kan sponses, utvides til å gjelde for bestillingstjenester.

I tillegg er det departementets oppfatning at utvidelsen er viktig for å sikre at NRK som lisensfinansiert allmennkringkaster, ivaretar sitt allmennkringkasteroppdrag overfor publikum på best mulig måte. En utvidelse vil sikre at NRK får mulighet til å distribuere sponsede programmer i audiovisuelle bestillingstjenester i tillegg til i fjernsyn. Departementet opprettholder sitt forslag om at regelverket som gjelder for NRKs sponsing av vanlige fjernsynssendinger bør utvides til også å gjelde for audiovisuelle bestillingstjenester.

1.6.6 *Produktplassering*

1.6.6.1 AMT-DIREKTIVET

Fjernsynsdirektivet inneholdt ingen bestemmelser om produktplassering. De fleste EØS-land, inkludert Norge har imidlertid tolket direktivets krav om separasjon mellom program og kommersielle budskap som et faktisk forbud mot produktplassering i fjernsyn. AMT-direktivet artikkel 11 stiller som et utgangspunkt opp et forbud mot produktplassering. Adgangen til å tillate produktplassering i visse spesifiserte programkategorier innebærer i realiteten en liberalisering av regelverket for fjernsyn. For audiovisuelle bestillingstjenester innebærer forslaget en innskjerping ettersom det i dag ikke eksisterer noen særskilt regulering for slike tjenester.

Hovedinnholdet i artikkel 11 kan blant annet gjengis som følger:

- Bestemmelsens hovedregel er at produktplassering skal være forbudt i både fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester.
- Som unntak fra hovedregelen er det tillatt med produktplassering i spillefilm, film og serier produsert for audiovisuelle medietjenester, sportsprogrammer og lette underholdningsprogrammer, såfremt den enkelte medlemsstat ikke bestemmer annet. Produktplassering i programmer for barn omfattes ikke av unntaksadgangen.

1.6.6.2 HØRINGEN

I høringen foreslo departementet at det i kringkastingstilsynsloven ble innarbeidet et generelt forbud mot produktplassering. Som unntak fra hovedregelen ble det foreslått å åpne opp for produktplassering filmer, serier, sportsprogrammer og lette underholdningsprogrammer. Begrunnelsen for liberaliseringen var at tilnærmet alle EØS-land, inkludert våre naboland, har liberalisert sine regelverk og at et særnorsk forbud ville kunne svekke konkurransekraften til norske tjenestetilbydere og føre til problemer ved internasjonale samproduksjoner. Det ble videre vist til at produktplassering vil kunne representere en ny finansieringskilde for fjernsynsproduksjoner ettersom ny teknologi gjør det mulig for publikum å hoppe over reklamepausen. Det norske produksjonsmiljøet er lite og adgangen til produktplassering vil kunne bedre finansieringsmulighetene for norskprodusert innhold. Det ble foreslått at NRK ikke skulle omfattes av adgangen til produktplassering, da dette ble ansett å være i strid med prinsippet om at NRKs allmennkringkastingstilbud skal være reklamefritt, samt de særlige krav vedtektene stiller til NRKs redaksjonelle uavhengighet, integritet og troverdighet.

Videre gikk departementet inn for at forbudet mot produktplassering ikke skulle være til hinder for såkalt realsponsing så lenge denne sponsingen ikke

er av betydelig verdi og ingen tjenestetilbyder har mottatt betaling eller annen motytelse for visningen eller henvisningen.

Det ble videre foreslått en særskilt bestemmelse som fastslår at ingen programmer kan inneholde produktplassering av produkter eller tjenester som det er forbudt å reklamere for etter norsk lov eller regler gitt i medhold av norsk lov.

1.6.6.3 DEPARTEMENTETS VURDERING

1.6.6.3.1 *Liberalisering av regelverket*

Departementet viser til at som Medietilsynet påpeker i sin høringsuttalelse, berør spørsmålet på en avveining mellom på den ene siden hensynet til forbrukerne og å begrense det kommersielle trykket, og på den andre siden bransjens behov for finansieringskilder og likeverdige og forutsigbare konkurransevilkår på linje med aktører i det internasjonale mediemarkedet.

Ettersom tilnærmet alle EØS-land, inkludert våre nærmeste naboland og Storbritannia, har liberalisert sine regelverk, vil et særnorsk totalforbud kunne svekke konkurransekraften til norske tjenestetilbydere og produsenter. Et særnorsk totalforbud mot produktplassering kan videre føre til at norske tjenestetilbydere vil kunne møte utfordringer ved inngåelse av samproduksjonsavtaler med land hvor produktplassering er tillatt.

Når det gjelder de prinsipielle innvendingsene mot å åpne for produktplassering viser departementet til at direktivet artikkel 11 tar hensyn til disse. For det første vil produktplassering fortsatt være forbudt i programkategorier der hensynet til et tydelig skille mellom redaksjonelt og kommersielt innhold er særlig viktig. For det andre oppstiller direktivet et forbud mot at innholdet i programmer som inneholder produktplassering, påvirkes slik at det innvirker på ansvaret og den redaksjonelle uavhengigheten til tjenestetilbyderen. For det tredje inneholder direktivet artikkel 11 nr. 4 et forbud mot produktplassering av særskilt angitte produkter.

Departementet konkluderer med at det samlet sett er en overvekt av argumenter som taler for å åpne for produktplassering i de programkategoriene hvor produktplassering anses å ha minst negative konsekvenser. For øvrige programkategorier vil det fortsatt gjelde et forbud mot produktplassering.

1.6.6.3.2 *Definisjonen av produktplassering og avgrensningen mot sponsing*

I høringen foreslo departementet følgende definisjon av produktplassering:

«Med produktplassering menes enhver form for audiovisuell kommersiell kommunikasjon som innebærer at en vare, tjeneste eller varemerke inngår i el-

ler vises til i et program mot betaling eller liknende vederlag.»

Dette er tilnærmet samme ordlyd som direktivets definisjon av produktplassering. Ettersom departementet ikke opprettholder forslaget om en egen definisjon av audiovisuell kommersiell kommunikasjon må definisjonen av produktplassering også inneholde et vilkår om at plasseringen skjer for å tjene reklameformål.

I motsetning til definisjonen av sponsing som omfatter «ethvert bidrag», er definisjonen av produktplassering begrenset til tilfeller hvor enten en «vare, tjeneste eller et varemerke inngår i eller vises til i et program». Dersom bidraget ikke innebærer at en vare, tjeneste eller varemerke eksponeres i programmet, vil regelverket for sponsing gjelde. Hvordan begrepene «vare, tjeneste eller varemerke» skal forstås må fastlegges gjennom Medietilsynets praksis.

I tilfeller hvor det er betalt penger for plassering av et produkt i programmet, vil det dreie seg om produktplassering «mot betaling». Avgrensingsproblemer oppstår der det istedenfor penger er ytt gratis levering av varer eller tjenester med en mer eller mindre åpenbar hensikt om å bli eksponert i programmet, såkalt realsponsing.

I høringen gikk departementet inn for at forbudet mot produktplassering ikke skulle være til hinder for såkalt realsponsing så lenge denne sponsingen ikke er av betydelig verdi og ingen tjenestetilbyder har mottatt betaling eller annen motytelse for visningen eller henvisningen. Departementet viste til at det i medhold av dagens praksis aksepteres at mindre ytelser ikke identifiseres som sponsede og viste til forarbeidene hvor det heter at dette gjelder spesielt med hensyn til svært små bidrag, for eksempel i form av en blomsterkvast eller to.

Medietilsynet hevder i sin høringsuttalelse at den foreslåtte definisjonen av produktplassering ikke omfatter tilfeller hvor det er ytt gratis levering av varer eller tjenester ettersom vederlagsvilkåret ikke vil være oppfylt. Ifølge direktivets fortale punkt 91 bør gratis levering av varer eller tjenester, som for eksempel produksjonsrekvisita eller premier regnes som produktplassering dersom de aktuelle varene eller tjenestene har en betydelig verdi. Direktivets system synes således å være at gratis levering av varer eller tjenester av betydelig verdi, bør regnes som produktplassering «mot lignende vederlag». Dette fremgår av sammenhengen mellom fortalen punkt 91 og direktivets definisjon av produktplassering i artikkel 1 nr. 1 bokstav n. Departementet er derfor ikke enig i Medietilsynets forståelse av vederlagsvilkåret. Det vil imidlertid være hensiktsmessig at definisjonen av produktplassering inneholder en avgrensing mot tilfeller der det er ytt gratis levering av varer eller tje-

nester som ikke har en betydelig verdi. I slike tilfeller vil i stedet regelverket for sponsing komme til anvendelse, med unntak av kravet om identifisering i kringkastingsloven § 3-4 første ledd.

Departementet vil påpeke at tilfeller hvor ytelser som ikke eksponeres i programmet i form av en vare, tjeneste eller et varemerke vil ikke være omfattet av regelverket for produktplassering. Når det gjelder grensen mellom realsponsing av betydelig verdi som skal følge regelverket for produktplassering og realsponsing av ubetydelig verdi som følger regelverket for sponsing med unntak av kravet om identifisering, mener departementet at grensen bør fastsettes under hensyn til dagens praksis. Dette innebærer imidlertid at realsponsing av betydelig verdi må følge regelverket for produktplassering, herunder begrenses til de programkategoriene hvor det er tillat med produktplassering.

1.6.6.3.3 Utgangspunktet om at produktplassering er forbudt

Utgangspunktet i direktivet er at produktplassering skal være forbudt.

Departementet mener at forbudet må formuleres generelt slik at dette samt det øvrige regelverket for produktplassering også vil gjelde programmer som verken er produsert eller bestilt av vedkommende tjenestetilbyder, med mindre det særskilt går frem av bestemmelsen at slike produksjoner skal unntas. Reguleringen vil dermed også omfatte programmer produsert utenfor EØS-området.

1.6.6.3.4 Programkategorier hvor det åpnes for produktplassering

Direktivet artikkel 11 nr. 3 bokstav a åpner for produktplassering i filmverker, filmer og serier laget for fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester, sportsprogrammer og lette underholdningsprogrammer.

Departementet slutter seg til Medietilsynets og NRKs synspunkter om at begrepet «serier» bør avgrenses nærmere i lovteksten og erstattes med begrepet «fiksjonsbaserte serier» slik at det klart går frem at begrepet ikke nødvendigvis omfatter alle programmer som sendes regelmessig.

Selv om direktivets ordlyd både nevner filmverker og filmer produsert for audiovisuelle medietjenester for å understreke at begge kategorier er omfattet av adgangen til produktplassering, mener departementet at det ikke er nødvendig å skille mellom disse programkategoriene i lovteksten.

Barneombudet og Forbrukerombudet mener at det ikke bør åpnes for produktplassering i programmer hvor barn kan tenkes som seere og at alle slike programmer bør unntas i tillegg til rene barneprogram. Departementet mener at dette i praksis ville ha

medført et forbud mot produktplassering i samtlige programkategorier og at hensynet til barn isteden bør ivaretas gjennom et særskilt forbud mot produktplassering av produkter eller tjenester som er særskilt rettet mot barn.

På denne bakgrunn vurderer departementet at det i de nevnte programkategoriene er minst betenkelig å åpne opp for produktplassering. Departementet legger til grunn at avgrensingen av de programkategoriene hvor det åpnes for produktplassering innebærer at det ikke vil være tillatt med produktplassering i blant annet nyhetsprogrammer, aktualitetsprogrammer, dokumentarer og religiøse programmer.

1.6.6.3.5 Programmer hovedsakelig rettet mot mindreårige og produktplassering rettet mot mindreårige seere

Direktivets forbud mot produktplassering i barneprogrammer bør gjennomføres ved at det i den nye bestemmelsen om produktplassering inntas et forbud mot produktplassering i programmer som hovedsakelig retter seg mot mindreårige.

I høringen foreslo departementet at programmer ikke kan inneholde produktplassering av produkter eller tjenester som det er forbudt å reklamere for etter norsk lov eller regler gitt i medhold av norsk lov. I høringen uttalte derfor departementet at også produktplassering i andre programmer enn barneprogrammer kunne være forbudt, dersom selve produktplasseringen kunne anses å være særlig rettet mot barn. Det vises i denne sammenheng til at kringkastingsloven § 3-1 andre ledd fastslår at det er forbudt med reklameinnslag som er særlig rettet mot barn. Dette forbudet gjelder selv om innslaget ikke sendes i tilknytning til et barneprogram.

Departementet er enig med høringsinstansene i at den foreslåtte henvisningen ikke er fullt ut dekkende når det gjelder den særskilte reguleringen av reklame rettet mot barn og at bestemmelsen uttrykkelig bør regulere produktplassering rettet mot mindreårige. Departementet er derfor enig i at det er mer hensiktsmessig at det i lovbestemmelsen uttrykkelig fastslås at produktplassering av produkter som har barn som primær målgruppe skal være forbudt. På dette feltet går norsk rett således lenger enn direktivets regler.

1.6.6.3.6 NRK

Departementet opprettholder standpunktet fra høringen om at prinsippet om at NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt og de særlige krav vedtektene stiller til NRKs redaksjonelle uavhengighet, integritet og troverdighet tilsier at det ikke bør åpnes for produktplassering i programproduksjoner som NRK er involvert i. Departementet foreslår at det ikke åpnes for produktplassering i noen programkategorier for NRK.

1.6.6.3.7 Krav til informasjon til seerne

Departementet slutter seg til Forbrukerombudets og Medietilsynets vurdering av at informasjon til seerne om at et program inneholder produktplassering bør være mest mulig nøytral og at informasjonen ikke bør fungere som et eksponeringssted for logo, varemerke og liknende. Produktplassers navn, varemerke, logo, produkt eller tjeneste eller andre kjennetegn skal derfor ikke refereres ved identifiseringen av produktplassering. Kravet om nøytral utforming bør fremgå av lovteksten.

1.6.6.3.8 Forholdet til andre forbudsbestemmelser

Departementet foreslo i høringen en henvisning til andre bestemmelser med reklameforbud i norsk lov eller forskrift.

Ettersom gjeldende bestemmelser i tobakkskade-loven, legemiddelforskriften og alkoholloven allerede omfatter produktplassering, mener departementet at henvisningen til andre norske lovbestemmelser ikke vil ha noen selvstendig betydning for disse forbudene. En henvisning som foreslått i høringen synes derfor unødvendig. For å unngå utilsiktede virkninger og legge til rette for en retts teknisk enklere bestemmelse, mener departementet at den generelle henvisningen bør utgå. Når det gjelder forholdet til forbudet mot politisk reklame i kringkastingsloven § 3-1, bør det i stedet innarbeides et særskilt forbud mot produktplassering finansiert av politiske partio rganisasjoner som vil utgjøre en parallell til regelverket for sponning, jf. § 3-4 femte ledd. Det samme gjelder forbudet mot reklame for våpen, modeller av våpen eller leketøysutgaver av våpen i kringkastingsforskriften § 3-4 andre ledd.

1.7 Regler som bare gjelder for audiovisuelle bestillingstjenester

1.7.1 Innhold som i alvorlig grad kan skade mindreårige

1.7.1.1 AMT-DIREKTIVET

Direktivets artikkel 12 pålegger medlemsstatene å treffe egnede tiltak for å sikre at audiovisuelle bestillingstjenester som i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, mentale eller moralske utvikling bare blir gjort tilgjengelig på en måte som sikrer at mindreårige vanligvis ikke får tilgang til slike programmer.

1.7.1.2 DEPARTEMENTETS VURDERING

Departementet legger til grunn at audiovisuelle bestillingstjenester er omfattet av straffelovens straffebud mot pornografi (§ 204), kjønnslige skildringer hvor det gjøres bruk av barn (§ 204 a) og grove voldsskildringer (§ 382). Audiovisuelle bestillings-

tjenester er videre omfattet av filmlovens bestemmelser for omsetning og forskrift om merking ved elektronisk omsetning av videogram. Departementet legger derfor til grunn at direktivets forpliktelse til å iverksette tiltak allerede må anses gjennomført gjennom disse bestemmelsene.

Når det gjelder spørsmålet om å etablere et plattformnøytralt system for beskyttelse av barn og unge vises det til at departementet har igangsatt et arbeid med en egen lov med formål å beskytte mindreårige mot skadelig innhold.

Inntil videre mener departementet at det er mest hensiktsmessig at audiovisuelle bestillingstjenester fortsetter å være regulert gjennom filmlovens system for omsetning og at det ikke gis nærmere regler om beskyttelse av barn og unge i audiovisuelle bestillingstjenester i kringkastingsloven. Ifølge filmloven § 1 gjelder loven ikke «tilhøve som er regulerte i lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting». Gjennom en utvidelse av kringkastingslovens virkeområde til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester vil det derfor kunne oppstå tvil om audiovisuelle bestillingstjenester heretter skal unntas filmloven i sin helhet. For å sikre at slike tjenester fortsatt reguleres av filmlovens system for omsetning, foreslår departementet at filmloven § 1 presiserer at utvidelsen av kringkastingsloven ikke medfører at audiovisuelle bestillingstjenester er unntatt film- og videogramloven.

Departementet mener det samtidig er hensiktsmessig å endre ordlyden i kringkastingsloven § 2-7 første og andre ledd slik at det fremgår klart at bestemmelsene gjelder innhold som kan være alvorlig til skade/skadelige for mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske utvikling. At dette dreier seg om alternative vilkår og ikke kumulative vilkår fremgår klart av direktivets ordlyd og er lagt til grunn i Medietilsynets forvaltningspraksis.

1.7.2 Tiltak for å fremme produksjon av og tilgang til europeisk innhold i audiovisuelle bestillingstjenester

1.7.2.1 AMT-DIREKTIVET

Et av hovedformålene med AMT-direktivet er å styrke den audiovisuelle sektoren i Europa.

Medlemsstatenes forpliktelse til å fremme europeisk innhold i fjernsyn er i hovedsak uforandret i forhold til fjernsynsdirektivet.

Nytt i forhold til fjernsynsdirektivet er at artikkel 13 nå også pålegger medlemsstatene en forpliktelse til å fremme europeisk innhold i audiovisuelle bestillingstjenester.

Artikkel 13 fastslår at medlemsstatene «med egne midler» skal sørge for at audiovisuelle bestillingstjenester «fremmer produksjon av og tilgang til europeiske verker».

1.7.2.2 DEPARTEMENTETS VURDERINGER

Når det gjelder fjernsyn anser departementet at direktivets forpliktelser allerede er gjennomført i norsk rett gjennom reglene i kringkastingsloven § 2-6 og kringkastingsforskriften §§ 2-1 til 2-4.

Når det gjelder audiovisuelle bestillingstjenester står medlemsstatene fritt til å velge hvilke tiltak som iverksettes for å promotere europeisk innhold.

Kringkastingsloven § 2-6 gir hjemmel til å utarbeide nærmere forskrifter om bruk av europeisk programmateriale i fjernsyn. I likhet med høringsforslaget foreslår departementet at direktivet gjennomføres ved at hjemmelen til å gi nærmere forskrifter utvides til også å omfatte audiovisuelle bestillingstjenester. I kringkastingsforskriften bør det fastsettes overordnede krav til tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester i samsvar med direktivet. Gjennom forskriften vil departementet gi mulighet til å stille mer detaljerte og strengere krav dersom utviklingen skulle tilsi det.

1.8 Regler som bare gjelder for fjernsyn

1.8.1 Rett til korte nyhetsutdrag fra begivenheter av stor interesse

1.8.1.1 AMT-DIREKTIVET

AMT-direktivet artikkel 15 regulerer retten til å sende korte nyhetsutdrag fra begivenheter av stor interesse for allmennheten. Bestemmelsen pålegger medlemsstatene å sikre at fjernsynsselskaper på rettferdige, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår har tilgang til begivenheter av stor interesse for allmennheten som et annet fjernsynsselskap har eksklusive rettigheter til å sende fra.

Direktivbestemmelsen oppstiller visse vilkår og begrensninger i adgangen til å anvende korte utdrag.

1.8.1.2 DEPARTEMENTETS VURDERING

1.8.1.2.1 Innledning

Etter departementets vurdering dekkes ikke direktivets regler av gjeldende lovgivning, og det er uansett behov for å gi egne regler om adgangen til å gjengi korte utdrag. I direktivets fortale er det uttalt at bestemmelsen om korte nyhetsreportasjer ikke skal påvirke opphavsrettsdirektivet og relevante internasjonale konvensjoner om opphavsrett og nærstående rettigheter. Gjennomføring må derfor skje innenfor rammen av internasjonale forpliktelser på opphavsrettens område. Uttalelsen bygger på en forutsetning om at det er hjemmel i opphavsrettsdirektivet og de relevante konvensjonene for å innføre bestemmelsen om korte nyhetsreportasjer.

I opphavsrettsdirektivet artikkel 2 og 3 angis enerettigheter for opphavsmenn og nærstående rettighetshavere, mens det av artikkel 5 fremgår hvilke unntak og avgrensninger av disse rettighetene med-

lemsstatene kan fastsette. Artikkel 5 nr. 3 bokstav c gir anvisning på at slikt unntak kan gjøres for bruk av verk eller andre vernede arbeider i forbindelse med rapportering av aktualitetshendelser. Dette kan skje i den utstrekning som er berettiget ut fra opplysningsformålet som skal oppnås, og forutsatt at kilden, herunder opphavsmannens navn, oppgis, med mindre dette viser seg å være umulig. Her er det altså hjemmel for å gjøre unntak fra den opphavsrettslige beskyttelsen.

AMT-direktivet overlater til medlemsstatene å fastsette nærmere vilkår for korte nyhetsreportasjer. Som nevnt i høringsnotatet tar departementet utgangspunkt i at lovgivningen bør begrenses til å fastsette hovedprinsippene for korte nyhetsreportasjer. Dette kan gi aktørene mulighet til å utvikle hensiktsmessige ordninger innenfor den rammen lovgivningen oppstiller. Det er også grunn til å se hen til hvilke løsninger som er valgt i andre nordiske land.

1.8.1.2.2 Tilgang til korte nyhetsreportasjer

Et første spørsmål er hvordan adgangen til korte nyhetsreportasjer skal sikres. Direktivets utgangspunkt er at kringkasterne som ønsker å sende nyhetsreportasjer fra begivenheten fritt skal kunne velge utdrag fra signalet til kringkasteren som har enerett.

Departementet opprettholder forslaget fra høringsnotatet om at adgangen sikres gjennom en rett til å benytte signalet til kringkasteren som sender eksklusivt fra begivenheten. Den samme løsningen er også valgt i andre nordiske land.

1.8.1.2.3 Hvilken lov egner seg best for gjennomføring?

Et neste spørsmålet er hvor i lovgivningen bestemmelsen skal gjennomføres. Departementet opprettholder forslaget om gjennomføring ved nye bestemmelser i åndsverkloven §§ 45 a sjette ledd og § 25 andre ledd.

1.8.1.2.4 Begivenhet av stor interesse for allmennheten

Om en begivenhet kan anses å være av «stor interesse for allmennheten» må vurderes konkret. At en kringkaster har sikret seg eksklusive senderrettigheter til en begivenhet og en annen kringkaster ønsker å sende nyhetsutdrag, indikerer at begivenheten er av stor interesse for allmennheten. Dette bør etter departementets syn være utgangspunktet. På den annen side kan departementet ikke se at det kan legges til grunn som en ubetinget regel. I enkelte tilfeller må det foretas en nærmere vurdering, der sentrale momenter vil være hvor stor del av befolkningen som interesserer seg for den aktuelle begivenheten og hvor stor nyhetsinteresse begivenheten har.

Så vidt departementet kan se, har det ikke blitt foretatt slike avgrensninger i de øvrige nordiske lands lovgivning. Den nærmere grensdragningen av når korte nyhetsreportasjer kan gjengis må eventuelt trekkes opp gjennom praksis.

Departementet opprettholder forslaget fra høringsnotatet. Departementet finner imidlertid grunn til å foreta en mindre endring i ordlyden. I høringsnotatet ble formuleringen begivenhet av «stor allmenn interesse» benyttet. Etter departementets syn er begivenhet av «stor interesse for allmennheten» en angivelse som er mer presis i forhold til direktivbestemmelsen.

1.8.1.2.5 Maksimal lengde på utdrag

Departementet opprettholder forslaget fra høringsnotatet når det gjelder utdragenes maksimale lengde. Det innebærer at 90 sekunder er en øvre grense for utdragenes lengde, men at det må foretas en vurdering ut fra nyhetsformålet i det enkelte tilfellet, slik at utdragene i mange tilfeller bør være betydelig kortere enn 90 sekunder.

1.8.1.2.6 Tidsgrenser for sending av utdrag

I høringsnotatet drøftet departementet spørsmålet om det skal fastsettes en tidsgrense for når utdrag tidligst kan sendes, men foreslo under tvil at det ikke ble fastsatt noen slik grense.

Etter departementets syn er det sentrale spørsmålet særlig om begivenheten eller hovedkringkastingen av begivenheten skal være avsluttet før det kan sendes korte nyhetsreportasjer.

Departementet opprettholder forslaget fra høringsnotatet om at det ikke oppstilles noen tidsmessig begrensning i lovgivningen.

Et ytterligere spørsmål gjelder avgrensningen av hvor lenge adgangen til å gjengi korte utdrag fra begivenheten kan benyttes – med andre ord når denne adgangen skal opphøre. Forslaget i høringsnotatet var at utdrag bare kan sendes så lenge begivenheten har nyhetsinteresse. Hvor lenge en begivenhet har nyhetsinteresse må vurderes konkret, men det er grunn til å tro at det ofte ikke vil være lengre enn i noen dager. At utdragene bare kan gjengis så lenge de har nyhetsinteresse, vil gjelde både for bruk i kringkastingssending og som audiovisuell bestillingstjeneste. Når det gjelder anvendelse i audiovisuell bestillingstjeneste, er formålet ifølge fortalet punkt 57 at kringkasterne skal kunne fortsette sin praksis med å gjøre nyhetsprogrammer tilgjengelig som audiovisuelle bestillingstjenester etter at de er sendt uten at det er nødvendig å gjøre tilpasninger ved å utelate de korte utdragene. Det synes naturlig at nyhetsprogrammene i tråd med alminnelig praksis kan være tilgjengelig som audiovisuell bestillingstjeneste en viss

tid etter at de er sendt, men dette vil bero på en vurdering av nyhetsinteressen.

1.8.1.2.7 Spørsmål om vederlagsordninger

Det er ingen av høringsinstansene som har argumentert for en vederlagsordning. Departementet opprettholder forslaget fra høringsnotatet om ikke å fastsette noen vederlagsordning. Det legges vekt på at det er tale om innskrenkning i rettighetshavernes vern av begrenset omfang og at de direkte kostnadene ved å gi tilgang trolig ikke vil være store.

Slik er det også i de andre nordiske landene.

1.8.1.2.8 Bruk av korte reportasjer i audiovisuelle bestillingstjenester

I høringsnotatet ble det foreslått at det i lovteksten gis anvisning på at fjernsynsselskapet også kan bruke utdraget i audiovisuell bestillingstjeneste hvis det senere gjør den samme nyhetssendingen som utdraget inngår i tilgjengelig på slik måte. NRK mener at denne delen av den foreslåtte lovbestemmelsen bør forenkles og tydeliggjøres.

Departementet er enig i at det er grunn til å klargjøre lovteksten når det gjelder anvendelse av utdrag i audiovisuell bestillingstjeneste. Departementet har derfor overveid ulike formuleringer som klargjør adgangen, og foreslår at lovteksten på dette punktet utformes slik: «Etter at fjernsynsselskapet har sendt utdrag i kringkastingssending kan selskapet gjøre den samme nyhetssendingen som utdraget inngår i tilgjengelig som audiovisuell bestillingstjeneste.»

For øvrig bemerker departementet at ifølge fortalen er formålet med denne bestemmelsen å muliggjøre kringkastingsselskapenes praksis med å gjøre nyhetsprogrammer tilgjengelig som audiovisuelle bestillingstjenester etter at de er sendt. Det er i fortalen presisert at denne muligheten skal være begrenset – det er den identiske tv-sendingen som kan tilbys som audiovisuell bestillingstjeneste, og bare av den samme medietjenestetilbyderen. Slik skal dette ikke kunne brukes til å skape nye forretningsmodeller for audiovisuelle bestillingstjenester basert på korte utdrag.

1.9 Sanksjoner

1.9.1 AMT-direktivet og gjeldende rett

AMT-direktivet inneholder ingen føringer for hvordan brudd på direktivets bestemmelser skal sanksjoneres. Direktivet forutsetter imidlertid at EØS-landene sikrer at tjenestetilbyderne underlagt deres jurisdiksjon overholder gjeldende lovgivning.

1.9.2 Departementets vurdering

Ett av hovedformålene med AMT-direktivet er å skape like konkurransevilkår mellom de ulike tjenes-

tetypene og plattformene. For å oppnå dette formålet bør sanksjonsmidlene være mest mulig like for fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester. Departementet har derfor kommet til at samtlige sanksjonshjemler i kringkastingstjenesteloven, med unntak av hjemmelen til å inndra konsesjon i kringkastingstjenesteloven § 10-5, vil være aktuelle for audiovisuelle bestillingstjenester.

Sanksjonshjemlene som følger av bestemmelsene i § 10-1 (straff), § 10-2 (advarsel), 10-3 (overtredelsesgebyr), § 10-4 (tvangsmulkt) og § 10-5 (tidsavgrenset forbud mot å sende reklame) vil i sin nåværende form være dekkende for å kunne sanksjonere audiovisuelle bestillingstjenester. Det foreslås derfor at de gjeldende sanksjonshjemlene videreføres i sin nåværende form.

1.10 Endringer i kringkastingstjenesteloven som ikke har sammenheng med AMT-direktivet

1.10.1 Utvidelse av forbudet mot politisk reklame

AMT-direktivet inneholder ingen bestemmelser om regulering av politisk reklame i fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester. Dagens forbud mot reklame for livssyn eller politiske budskap i kringkastingstjenesteloven § 3-1 tredje ledd omfatter kun fjernsyn.

Når det gjelder en eventuell utvidelse av forbudet mot politisk reklame til også å omfatte slike tjenester vil det være hensiktsmessig å avvente utviklingen av mediet slik at man kan foreta en forsvarlig vurdering av blant annet popularitet, slagkraft, prisnivået for reklameplass samt EMDs rettspraksis. Det foreslås derfor ingen utvidelse av gjeldende reklameforbud i denne proposisjonen.

1.10.2 Kringkastingstjenestelovens bestemmelse om formidlingsplikt

1.10.2.1 BAKGRUNN

Kringkastingstjenesteloven § 4-3 fastslår at Kongen i forskrift kan gi regler om at visse kringkastingssendinger skal videresendes i nett som kan formidle kringkasting. Denne fullmakthjemmelen i loven har så langt bare vært benyttet til å pålegge kableiere en formidlingsplikt i kringkastingstjenesteloven.

1.10.2.2 HØRINGEN

I høringen foreslo departementet å endre kringkastingstjenesteloven § 4-3 slik at fullmakthjemmelens ordlyd klarere ga uttrykk for en adgang til å pålegge formidlingsplikt på alle plattformer. Ettersom begrepet «videresendes» ikke var entydig med hensyn til hvilke nett bestemmelsen omfattet, ble det foreslått at dette begrepet ble erstattet av begrepet «formidles». Departementet la til grunn at denne endringen av be-

stemmelsens ordlyd ikke medførte noen endring av gjeldende rett.

1.10.2.3 DEPARTEMENTETS VURDERING

Departementet legger til grunn at endringen av uttrykket «videresendes» til «formidles» ikke medfører noen realitetsendring. Endringen er hensiktsmessig da den klart og utvetydig gir uttrykk for at fullmaktshjemmelen til å pålegge formidlingsplikt i utgangspunktet omfatter alle nett.

Departementet opprettholder forslaget om å innarbeide USO-direktivets (direktivet om leveringspliktige tjenester) grunnkrav i lovbestemmelsen. Grunnkravene innfortolkes i dag ved fastsetting av formidlingsplikt gjennom kringkastingsforskriften. Endringen medfører derfor heller ingen endring av gjeldende rett.

1.10.3 Politiattest fra personell som har regelmessig kontakt med mindreårige

1.10.3.1 BAKGRUNN

NRK ba departementet vurdere en lovendring som gir hjemmel til å kreve politiattest ved ansettelse av enkelte medarbeidere i NRKs barnekanal NRK Super.

1.10.3.2 HØRINGEN

I høringen foreslo departementet en ny bestemmelse i kringkastingsloven som gir tilbydere av fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester hjemmel til å kreve politiattest i samsvar med politiregisterloven § 39 (barneomsorgsattest) fra personell med arbeidsoppgaver som innebærer regelmessig kontakt med mindreårige. Det ble foreslått at produksjonsforetak som produserer programmer bestilt av tilbydere av fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester også skal omfattes av adgangen til å kreve attest. Departementet foreslo at konsekvensen av en anmerking bør være at vedkommende ikke kan tildeles arbeidsoppgaver som innebærer regelmessig kontakt med barn.

1.10.3.3 DEPARTEMENTETS VURDERING

Formålet med en egen lovbestemmelse om vandelskontroll i kringkastingsloven er å forebygge seksuelle overgrep mot barn og sikre at foreldre og foresatte har tillit til at barn og mindreårige blir overlatt til skikkede personer ved programproduksjoner.

Det er i de senere årene inntatt bestemmelser med krav om politiattest i flere lover som gjelder for tilsvarende situasjoner. Dette gjelder blant annet barnehageloven, barnevernloven, opplæringslova, utlendingsloven, universitetsloven, helsepersonelloven, og sosialtjenesteloven.

Politiregisterloven § 37 inneholder en liste over formål som berettiger bruk av politiattest. Av be-

stemmelsens nr. 4 går det frem at politiattest kan brukes for å utelukke personer fra stillinger dersom «ute-lukkelsen kan forhindre at personer begår overgrep mot eller har skadelig innflytelse på mindreårige, eller bidrar til å øke tilliten til at mindreårige tas hånd om av skikkede personer».

Departementet viser til at enkelte medarbeidere regelmessig har kontakt med og/eller ansvar for barn og mindreårige i produksjoner hvor disse medvirker som programledere, skuespillere, deltakere i konkurranser, publikum eller liknende. Når programproduksjonene forutsetter reising, vil medarbeidere kunne ha ansvar for mindreårige døgnet rundt i lengre perioder. Departementet legger derfor til grunn at det er behov for å innføre en bestemmelse om vandelskontroll i kringkastingsloven for å øke barns sikkerhet ved deltakelse i programproduksjoner. Departementet slutter seg til Barneombudets og Datatilsynets understrekning av at politiattest bare bør være ett av flere virkemidler for å beskytte barn mot overgrep.

Departementet opprettholder forslaget om at bestemmelsen skal omfatte kringkastere og tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester samt produksjonsforetak som produserer programmer som helt eller delvis er finansiert eller bestilt av kringkastere eller tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester. Bestemmelsen innebærer at slike foretak plikter å kreve politiattest ved tilbud om stilling eller kontrakt. Dersom en politiattest inneholder en anmerking, legger departementet til grunn at vedkommende ikke vil tildeles arbeidsoppgaver som innebærer regelmessig kontakt med mindreårige. Det antas derfor ikke å være behov for å pålegge tjenestetilbyderne og produksjonsselskaper som omfattes av bestemmelsen noen forpliktelser i denne sammenheng. Det vises til at dette er løsningen som gjennomgående benyttes i andre lovbestemmelser med tilsvarende formål.

1.10.4 Innhenting av fødselsdato for kontroll av kundeopplysninger mot NRKs register over lisensbetalere

1.10.4.1 BAKGRUNN

Etter gjeldende rett plikter distributørene å gi NRK opplysninger om sine kunders navn og adresse, jf. kringkastingsloven § 8-5 første ledd. Disse opplysningene har imidlertid vist seg utilstrekkelige for å bedre NRKs kontroll med lisensinnkrevingen. Det er derfor nødvendig at NRK også får tilgang til kundenes fødselsdato for å kunne identifisere enkeltpersoner på en tilfredsstillende måte. Det understrekes at det dreier seg om å hente inn fødselsdato (seks siffer) og ikke fødselsnummer (elleve siffer).

1.10.4.2 DEPARTEMENTETS VURDERING

Departementet mener at NRKs legitime kontrollbehov tilsier at det er nødvendig at distributørene

også oppgir kundenes fødselsdato slik at det blir mulig å korrigere feil adresseopplysninger i distributørenes abonnentregistre. Ifølge NRKs lisensavdeling har alle fjernsynsdistributører opplysninger om fødselsdato i sine registre, noe som vil være tilstrekkelig for identifikasjon av personer som ikke betaler lisens.

Personopplysningsloven § 8 første ledd fastslår at personopplysninger blant annet kan behandles dersom det er fastsatt i lov at det er adgang til slik behandling. En lovfastsatt hjemmel til behandling i kringkastingsloven § 8-5 innebærer at NRK blir behandlingsansvarlig i henhold til personopplysningsloven § 2 nr. 4. Personopplysningsloven § 11 bokstav c pålegger den behandlingsansvarlige å sørge for at personopplysningene «ikke brukes senere til formål som er uforenelig med det opprinnelige formålet med innsamlingen, uten at den registrerte samtykker». NRK kan dermed ikke benytte opplysningene senere til andre formål. For å ivareta personvern- og konkurransehensyn er det inntatt følgende bestemmelse i gjeldende § 8-5 andre ledd:

«Norsk rikskringkasting AS kan kun bruke opplysningene til kontroll mot sitt eget register over dem som betaler kringkastingsavgift. Norsk rikskringkasting skal sikre at tilgang til opplysningene begrenses til ansatte med tjenstlig behov for slik tilgang.»

Bestemmelsens forarbeider understreket at opplysningene må behandles i samsvar med de krav som følger av personopplysningsloven og at taushetspliktreglene i forvaltningsloven vil gjelde for slikt personell. Bestemmelsen om begrensinger i bruken av opplysningene vil også omfatte opplysninger om kundenes fødselsdato. Ved behandlingen av gjeldende § 8-5 konkluderte flertallet i familie- og kulturkomiteen med at personvern hensyn var godt ivaretatt og at bestemmelsens strenge angivelse av hvilke formål opplysningene kan benyttes til, ga sikkerhet for at det ikke ville oppstå konkurransemessige problemer.

I høringen uttaler Datatilsynet og Telenor m.fl. at den foreliggende bestemmelsen er i strid med grunnleggende personvern hensyn og viser til personvern-direktivet og personopplysningsloven § 11 bokstav c.

Departementet viser i den sammenheng til at personopplysningsloven § 5 som lyder:

«Bestemmelsene i loven gjelder for behandling av personopplysninger om ikke annet følger av en særskilt lov som regulerer behandlingsmåten.»

Departementet kan ikke se at bruk av kundeopplysningene fra distributørene for å utføre kontroll med om lovpålagt kringkastingsavgift er betalt, kan sies å være uforenlig med det opprinnelige formålet.

Det vises videre til fortalen punkt 39 som åpner for at personopplysninger kan videreformidles til tredjemand selv om dette ikke var forutsatt da opplysningene ble samlet inn fra den registrerte. Etter punkt 40 er det ikke nødvendig å underrette den registrerte om dette dersom videreformidlingen av opplysningene er fastsatt uttrykkelig i lov. På denne bakgrunn finner departementet at bestemmelsen i kringkastingsloven § 8-5 ikke er i strid personopplysningsloven eller EUs personvern-direktiv. Departementet kan for øvrig ikke se at innhenting av fødselsdato medfører andre vurderinger av personvernmessig eller konkurransemessig art enn det som ble drøftet ved vedtakelsen av gjeldende § 8-5.

2. Komiteens merknader

2.1 AMT-direktivet jf. proposisjonens kap.3

Senderlandsprinsippet og prinsippet om fri videreformidling jf. proposisjonens kap.3.3

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, lederen Gunn Karin Gjøl, Kåre Simensen, Arild Stokkan-Grande og Lene Vågslid, fra Fremskrittspartiet, Solveig Horne, Øyvind Korsberg og Ib Thomsen, fra Høyre, Linda C. Hofstad Helleland og Olemic Thomassen, fra Sosialistisk Venstreparti, Rannveig Kvifte Andresen, fra Senterpartiet, Olov Grøtting, og fra Kristelig Folkeparti, Øyvind Håbrekke, merker seg at både AMT-direktivet og fjernsynsdirektivet er forankret i de fire friheter. Av den grunn er komiteen enig i at både senderlandsprinsippet og prinsippet om fri videreformidling skal sikre fri bevegelse av audiovisuelle medietjenester (fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester).

Komiteen registrerer at det legges til grunn at senderlandsprinsippet innebærer at en tilbyder av slike tjenester bare skal være underlagt reglene i det landet tilbyderen er etablert. Dette betyr at en tjenestetilbyder ikke vil være underlagt mer enn ett EØS-lands regelverk.

Videre registrerer komiteen at senderlandsprinsippet også innebærer at de forskjellige EØS-landene påtar seg å sikre at alle tjenestetilbydere innenfor landets jurisdiksjon overholder nasjonale lovregler. Det kan dermed skje en fri utveksling av tjenester uten at flere land må føre tilsyn med om tjenesten oppfyller regelverket i direktivet.

Komiteen registrerer videre at prinsippet om fri videreformidling innebærer at de forskjellige medlemsstatene innenfor EØS-området ikke får begrense videresending av audiovisuelle medietjenester fra andre medlemsstater.

Komiteen merker seg at en nyhet i AMT-direktivet er formaliseringen av en prosedyre for konsultasjoner (konsultasjonsprosedyren). Formålet med denne prosedyren er å oppnå en gjensidig tilfredsstillende løsning når et EØS-land (mottakerlandet) ut fra allmenne hensyn har innført strengere eller mer detaljerte regler enn direktivets minimumsregler og en fjernsynskanal underlagt et annet EØS-lands jurisdiksjon har sendinger som helt eller hovedsakelig er rettet mot mottakerlandet. Det må understrekes at konsultasjonsprosedyren ikke innebærer en plikt for fjernsynsselskapet til å følge lovreglene i mottakerlandet. Selv om denne prosedyren ikke innebærer en plikt, vil komiteen vektlegge at denne muligheten finnes.

Generelt om direktivet jf. proposisjonens kap. 3.4

Komiteen vil fremheve at AMT-direktivet er et minimumsdirektiv, og dermed har den enkelte medlemsstat anledning til å utforme strengere eller mer detaljerte regler enn direktivets bestemmelser.

Komiteen registrerer videre at i tilfelle av konflikt mellom e-handelsdirektivet og AMT-direktivet, skal AMT-direktivet ha forrang.

2.2 Utvidelse av lovens virkeområde jf. proposisjonens kap. 5

Amt-direktivet jf. proposisjonens kap 5.1

Komiteen er innforstått med at det saklige virkeområdet til AMT-direktivet er audiovisuelle medietjenester. Dette omfatter ifølge direktivet artikkel 1 bokstav a:

- fjernsynssendinger
- audiovisuelle bestillingstjenester
- audiovisuell kommersiell kommunikasjon

Komiteen merker seg at den avgjørende forskjellen mellom fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester er seerens grad av kontroll. For at det skal dreie seg om en kringkastet fjernsynssending gjelder det et vilkår om at tjenesten er beregnet for samtidig visning for alle seerne. Ved audiovisuelle bestillingstjenester skjer derimot visningen på et tidspunkt seeren selv har valgt. Komiteen merker seg videre at begge begrepene er teknologinøytrale.

KRINGKASTINGSLOVEN JF. PROPOSISJONENS KAP. 5.2.1

Komiteen merker seg at kringkastingsloven i dag ikke omfatter audiovisuelle bestillingstjenester.

TJENESTENS HOVEDFORMÅL JF. PROPOSISJONENS KAP. 5.6.3.2

Komiteen henviser til kapittelet om hva som defineres som bildeprogrammer. Denne definisjonen er etter komiteens syn viktig for å avklare hva som skal omfattes av AMT-direktivet

Komiteen vil presisere at levering av bildeprogrammer må være tjenestens hovedformål for at det skal dreie seg om fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester og dermed inngå i AMT-direktivet.

Komiteen vil videre presisere at tjenester hvor audiovisuelle elementer eller bildeprogrammer inngår som et tilleggsprodukt eller er av underordnet betydning vil ikke bli omfattet av direktivet.

Komiteen viser til at elektroniske versjoner av aviser og tidsskrifter vil falle utenfor dersom det audiovisuelle innholdet ikke er tjenestens hovedformål, men kun benyttes som en støttefunksjon, jf. fortalen punkt 28. Nettaviser hvor noen av de skriftlige artiklene er illustrert med kortere videosnutter vil derfor ikke være omfattet av direktivet.

Det er etter komiteens mening viktig å presisere at for redaksjoner som parallelt med tradisjonelle nettaviser også tilbyr tjenester der det audiovisuelle innholdet må betraktes som en primæraktivitet, som f.eks. VGTV, vil imidlertid disse tjenestene kunne være omfattet av direktivet og loven.

Komiteen stiller seg bak departementets føringer på at lovteksten bør presiseres slik at det klart fremgår at det skal gjøres en vurdering av hva som er tjenestens hovedformål i samsvar med direktivet.

DEFINISJON AV TJENESTETILBYDER – VILKÅRET OM UNDERLAGT EFFEKTIV REDAKSJONELL KONTROLL JF. PROPOSISJONENS KAP. 5.6.3.6

Komiteen merker seg diskusjonen mellom departementet og høringsinstansene i dette avsnittet. Komiteen viser til at etter artikkel 1 nr. 1 bokstav a er det et vilkår at bildeprogrammene som tilbys er underlagt det redaksjonelle ansvaret til en fysisk eller juridisk person, kalt tilbyder av medietjenester. At tjenesten er underlagt det redaksjonelle ansvaret til en tjenestetilbyder er et selvstendig vilkår som avgrenser regelverkets saklige virkeområde, jf. artikkel 1 bokstav a.

Videre er komiteen oppmerksom på at aktører og tjenester som ikke har redaksjonelt ansvar for programmene heller ikke er omfattet av direktivet.

Komiteen registrerer videre at et redaksjonelt ansvar etter direktivet innebærer at tilbyderen utøver effektiv kontroll med både utvelgelsen og organiseringen av programmene i en kronologisk programoversikt (fjernsyn) eller i en programkatalog (audiovisuelle bestillingstjenester), jf. artikkel 1 nr. 1 bokstav c. Ansvar for å følge regelverket ligger altså på det leddet som pakker sammen enkeltprogrammer og

presenterer dem for seerne. Direktivet regulerer altså tjenester med redaksjonell aktivitet.

Komiteen registrerer videre at departementet gikk i høringen inn for å gi en definisjon av tilbyder av medietjenester hvor vilkåret ble formulert til den «redaksjonelle kontrollen for utvelgelsen og organiseringen av programmene». Komiteen merker seg at flere av høringsinstansene var kritiske til at departementet i lovforslaget benyttet uttrykket «redaksjonell kontroll» i stedet for «redaksjonelt ansvar» og komiteen registrerer at disse viser blant annet til at terminologien avviker fra terminologien benyttet i direktivet og gjeldende definisjon av redaksjonelt ansvar i kringkastingsloven.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet, Høyre og Kristelig Folkeparti vil påpeke at endringen av ansvarssubjekt fra kringkaster til tjenestetilbyder medfører at tjenestetilbyderen selv må foreta en rettslig og presseetisk vurdering av programmenes innhold. Endringen av ansvarssubjekt kan føre til at sterke interessegrupper vil kunne utøve press mot tjenestetilbydere for å hindre publiseringen av et program som bestillingstjeneste. Disse medlemmer vil bemerke at det da kan oppstå en risiko for at tjenestetilbyderen av økonomiske eller andre grunner vil unnlate å publisere kontroversielle programmer. Disse medlemmer viser til at utskiftningen av lovens begrep redaksjonelt ansvar med begrepet «effektiv redaksjonell kontroll» derfor tilsier at dette bør tolkes strengt i forhold til tjenestetilbydere for å tydeliggjøre redaktøransvaret og styrke ytringsfriheten.

2.3 Jurisdiksjon og sendinger fra andre EØS-land jf. proposisjonens kap. 6

Konsultasjonsprosedyren for nasjonalt regelverk for fjernsyn jf. proposisjonens kap. 6.3

Komiteen vil igjen påpeke at AMT-direktivet er et minimumsdirektiv. Artikkel 4 nr. 1 slår derfor fast at den enkelte medlemsstat ut fra allmenne hensyn har adgang til å fastsette strengere eller mer detaljerte regler på områder som reguleres av direktivet. Forutsetningen for å kunne fastsette strengere eller mer detaljerte regler er at regelverket er i samsvar med fellesskapsretten for øvrig.

Komiteen er kjent med at departementet i høringsnotatet foreslo at adgangen til å be andre EØS-land følge regelverket i Norge ble hjemlet i kringkastingsforskriften. Komiteen støtter dette. Videre støtter komiteen departementets presisering av at Norges plikt til å gjennomføre konsultasjoner bør hjemles i kringkastingsloven, selv om plikten til å gjennomføre konsultasjoner kun retter seg mot norske myndigheter og ikke medfører noen plikter eller rettigheter for norske fjernsynsforetak.

Omgåelsesprosedyren for nasjonalt regelverk for fjernsyn jf. proposisjonens kap. 6.4

AMT-DIREKTIVET JF. PROPOSISJONENS KAP. 6.4.1

Komiteen er positiv til at det etableres en prosedyre som kan følges i omgåelsestilfeller dersom mottakerlandet finner at konsultasjonsprosedyren ikke gir tilfredsstillende resultater. Direktivet åpner for at mottakerlandet kan iverksette «egne tiltak» dersom den aktuelle kringkasteren har etablert seg i senderlandet med den hensikt å omgå de strengere regler som gjelder i mottakerlandet. Komiteen gir sin tilslutning til dette.

Komiteen er enig med departementet i at et forbud mot videresending vil være et hensiktsmessig virkemiddel og at adgangen til å nedlegge forbud legges til Medietilsynet.

Norges tilpasningsforhandlinger om alkoholreklame i fjernsynssendinger som er særskilt rettet mot Norge, jf. proposisjonens kap. 6.7

Komiteen er kjent med at denne delen av innføringen av AMT-direktivet har skapt debatt og stort engasjement.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, er derfor fornøyd med at Norge etter innføringen av fjernsynsdirektivet har et generelt unntak fra prinsippet om fri videreføring når det gjelder alkoholreklame.

Det er grunn til å presisere fra flertallets side at direktivet ga Norge en uttrykkelig rett til å pålegge kabelselskaper å hindre visningen av reklameinnslag for alkohol ved sladding i fjernsynssendinger som er særskilt rettet mot Norge. Pålegget om sladding forutsatte ikke at Norge påviste omgåelseshensikt eller at nærmere prosedyrer var gjennomført.

Komiteen er videre kjent med at unntaket ikke omfattet fjernsyn distribuert gjennom andre plattformer enn kabel.

Komiteen vil videre bemerke at den 14. februar 2012 offentliggjorde regjeringen at den etter avtale med de andre EFTA-landene vil meddele EU-siden at man tar AMT-direktivet inn i EØS-avtalen uten at unntaket videreføres.

Det er derfor av stor betydning for komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet, å vite at regjeringen legger til grunn at alkoholovens forbud mot alkoholreklame som også omfatter alkoholreklame i rettede sendinger fra utlandet er forenlig med direktivet og kan bestå og at eventuelle brudd kan håndheves i samsvar med direktivets prosedyrer (se proposisjonens kap. 6.3 og 6.4). Flertallet vil presisere at direktivet ikke er til hinder for at det norske regelverket går lenger enn direktivets regler på dette området – jf. proposisjonens kap. 7.5.5.

2.4 Fellesregler for fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester jf. proposisjonen kap. 7

Tilgang for syns- og hørselshemmede jf. proposisjonens kap. 7.3

AMT-DIREKTIVET JF. PROPOSISJONENS KAP. 7.3.1

Komiteen er fornøyd med at det i artikkel 7 er fastsatt at medlemslandene skal oppmuntre tilbydere av audiovisuelle medietjenester til å sørge for at deres tjenester gjøres tilgjengelig for syns- og hørselshemmede.

DEPARTEMENTETS VURDERING, JF. PROPOSISJONENS KAP. 7.3.5

Komiteen er kjent med at det i dag kun er NRK som er underlagt et krav om teksting av sine fjernsynssendinger. Komiteen er videre kjent med tilbakemeldingene fra høringsinstansene i forbindelse med dette temaet.

Komiteen registrerer at departementets forslag i høringen var at tekstekravene til kommersielle kringkasterer kun skal gjelde fjernsynskanaler med mer enn fem prosent publikumsandel, og at bare NRK skal ha krav om teksting utenfor «primetime». Komiteen har forståelse for at flere av interesseorganisasjonene etterlyser krav om teksting av alle ferdigproduserte programmer hele døgnet på alle riksdekkende kanaler.

Komiteen stiller seg derfor bak departementets lovforslag om at teksting i fjernsyn gjennomføres i kringkastingsloven.

Videre er komiteen enig med departementet som understreker at dette bare er første steg på vei mot en mer universell utforming av TV-tilbudet, og oppfordrer kringkasterne om å utvikle og tilby tjenester som sørger for bedre tilgjengeliggjøring og mer universell utforming av sitt innholdstilbud. Komiteen stiller seg bak denne oppfordringen. Komiteen vil også oppfordre alle kringkasterne som kommer innunder denne regelen om å tilby sendinger også utenom «primetid». Komiteen vil presisere at når det gjelder hørselshemmede er tilgang til radio sterkt redusert.

Komiteen er tilfreds med at NRK arbeider med utprøving av lydteksting og synstolkning.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet og Høyre er positive til teksting av flere fjernsynssendinger. Disse medlemmer vil imidlertid bemerke at det teknisk sett bør legges til rette for at seere som ønsker det kan velge bort tekstingen. Disse medlemmer vil også påpeke at det å knytte kravet om teksting til publikumsandel kan føre til uklarhet rundt når en kanal faller innenfor eller utenfor kravet fordi kanalenes seeroppslutning varierer over tid. Disse medlemmer merker seg også at forslaget til bestemmelse, slik den foreligger,

medfører store ekstra kostnader for alle kringkasterer med en markedsandel over fem prosent, samtidig som regjeringen foreslår å unnta NRKs distriktssendinger begrunnet av økonomiske hensyn og hensynet til å kunne skaffe nok kompetente tekstere. Disse medlemmer mener prinsipielt at alle kringkasterer bør likebehandles ved lovfestingen av et slikt krav. Samtidig må et krav om teksting reguleres med bestemmelser som tar hensyn til mindre kommersielle kanalers økonomiske bærekraft. Dersom kravet om teksting skal reguleres ved bestemmelse om markedsandel, må bestemmelsen derfor inneholde adekvate definisjoner av hvordan markedsandeler skal forstås, og det bør vurderes om dette kravet heller bør reguleres i forskrift fremfor i lovs form. Disse medlemmer fremmer derfor følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen vurdere hvordan behovet for teksting av kringkastingsendinger og audiovisuelle bestillingstjenester mest formålstjenlig kan reguleres og komme tilbake til Stortinget med sak om dette.»

GRUNNKRAV TIL AUDIOVISUELL KOMMERSIELL KOMMUNIKASJON, JF. PROPOSISJONENS KAPITTEL 7.5

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet og Høyre, viser til at Norges forbud mot alkoholreklame ble innført i 1975, og at forbudet ble videreført da Norge inngikk EØS-avtalen i 1994, ved et unntak fra rådsdirektivet om fjernsynsreklame. Dette ble juridisk nedfelt gjennom et tillegg til artikkel 15 i direktivet. Flertallet viser til at unntaket har gitt Norge nødvendig hjemmel til å hindre alkoholreklame også i sendinger rettet mot det norske markedet, selv om de sendes fra TV-stasjoner som er lokalisert utenfor Norge.

Flertallet vil verne om det norske regelverket knyttet til alkoholreklame som Norge fikk aksept for å beholde ved inngåelsen av EØS-avtalen.

Komiteens medlem fra Kristelig Folkeparti understreker at videreføring av det alkoholpolitiske regimet var en viktig forutsetning for Kristelig Folkepartis avgjørende støtte til det grunnlovsmessige flertallet som skulle til for at EØS-avtalen kunne vedtas i Stortinget.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmene fra Fremskrittspartiet og Høyre, vil vise til utenriksministerens uttalelser i Stortinget 14. februar 2012:

«Reklameforbudet er et viktig virkemiddel i regjeringens arbeid for å motvirke skadelig konsum av alkohol. Regjeringens holdning er at dette prinsipielle synet gjelder på alle typer alkoholreklame. Ved innlemmelsen av direktivet i EØS-avtalen legger vi

derfor til grunn at også forbudet mot alkoholreklame i rettede sendinger fra utlandet kan bestå.»

Og videre:

«Etter en samlet vurdering, legger regjeringen opp til at Norge går inn for å innlemme direktivet om audiovisuelle medietjenester i EØS-avtalen. Regjeringen legger til grunn at Norge kan videreføre forbudet mot alkoholreklame i rettede sendinger, selv om det skriftlige unntaket faller bort. Slik vi ser det, vil dette ikke være i strid med direktivets innhold. Direktivet åpner for at strengere nasjonale regler også kan gis anvendelse på sendinger fra andre land, dersom sendingene i det vesentlige er rettet mot Norge.»

Flertallet viser til at det generelle alkoholforbudet i Norge hviler på solid helsepolitisk grunnlag. Alkoholforbudet er også i samsvar med utviklingen i EU og internasjonalt for øvrig, hvor hensynet til folkehelsen står stadig sterkere. Flertallet viser til at flere EU-land har restriktiv holdning til alkoholreklame, og en rekke land har nasjonale bestemmelser om alkoholreklame som er mer restriktive enn direktivets minimumskrav.

Flertallet er enig i regjeringens syn på at Norges generelle forbud mot alkoholreklame ikke er i strid med EØS-forpliktelsene, og flertallet viser til at EFTA-domstolen har uttalt at den ikke har noen grunn til å tvile på at det ligger tungtveiende sosiale og helsemessige hensyn til grunn for den norske alkoholpolitikken generelt og forbudet mot alkoholreklame spesielt. Flertallet mener det norske alkoholreklameforbudet både er egnet og nødvendig for å oppnå den beskyttelse av folkehelsen som Norge ønsker. Flertallet viser til at direktivets minimumskrav ikke i tilstrekkelig grad vil kunne beskytte folkehelsen. Forbudet mot reklame for alkohol i alle medier under norsk jurisdiksjon vil således være i samsvar med AMT-direktivet. Flertallet peker på at direktivet åpner for at strengere nasjonale regler kan gis anvendelse på særskilt rettede sendinger.

Flertallet viser til interpellasjonsdebatt i Stortinget 14. februar 2012 og utenriksministerens uttalelser om at «det vil undergrave medlemsstatenes mulighet og adgang til å fastsette strengere reguleringer, dersom de nasjonale reguleringer ikke kan gjøres gjeldende overfor særskilt rettede sendinger».

Flertallet mener det er av stor betydning å vite at regjeringen mener alkoholovens forbud mot alkoholreklame, som også omfatter alkoholreklame i rettede sendinger fra utlandet, er forenlig med direktivet og kan bestå, og at eventuelle brudd kan håndheves i samsvar med direktivets prosedyrer. Flertallet mener det er bra at regjeringen fastholder det norske regelverket mot reklame for alkohol også hva

gjelder TV-sendinger rettet mot Norge. Flertallet viser til at retten til et strengere nasjonalt regelverk er godt faglig forankret i kunnskap om effekten av alkoholens helseskader.

Komiteens medlem fra Kristelig Folkeparti peker på at når regjeringen ikke velger å benytte seg av reservasjonsretten, påtar regjeringen seg det hele og fulle ansvar for at TV-sendinger rettet mot Norge fortsatt holdes frie for alkoholreklame.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet og Høyre mener at også reguleringen av reklame for reseptfrie legemidler bør gjøres plattformnøytral og vil påpeke det uheldige i et særnorsk forbud mot produktplassering av disse legemidler godkjent for salg i butikk. Dette kan etter disse medlemmers mening virke konkurransevridende.

PRODUKTPLASSERING, JF. PROPOSISJONENS KAPITTEL 7.7

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet og Høyre vil påpeke betydningen av at Norge ikke innfører særskilt strenge regler for produktplassering. Disse medlemmer vil vise til at liberaliseringen skjer fordi tilnærmet alle EØS-land inkludert våre naboland har liberalisert sine regelverk, og at et strengere regelverk i Norge vil kunne gi problemer ved internasjonale samproduksjoner og svekke konkurransekraften til norske tjenestetilbydere. Disse medlemmer vil også påpeke at produktplassering representerer en ny finansieringskilde for fjernsynsproduksjoner ettersom utbredelsen av ny teknologi, som gjør det mulig for publikum å hoppe over reklamepausen, på sikt kan føre til reduserte reklameinntekter. Disse medlemmer vil påpeke at det norske medie- og reklamemarkedet har naturlige begrensninger og er oppvakt av å sikre bærekraft som gir et mangfoldig norsk medie- og kulturlandskap.

Disse medlemmer viser videre til utfordringen knyttet til grensen mellom sponing og produktplassering. Dette er en høyaktuell problemstilling for NRK, og disse medlemmer mener det er avgjørende at regjeringen sikrer kanalen tydelige og forutsigbare rammer knyttet til denne problemstillingen. Det har også tidligere vært diskusjon omkring hva som defineres som produktplassering for NRK, og disse medlemmer peker i den forbindelse på utsettelsen av premieren for TV-serien «Lilyhammer» som følge av uklarheter og gråsoner knyttet til denne problemstillingen.

2.5 Regler som bare gjelder for audiovisuelle bestillingstjenester jf. proposisjonen kapittel 8

Komiteen viser til at dette kapittelet inneholder regelverk som kun omfatter audiovisuelle bestillingstjenester. Dette gjelder regulering av innhold som i alvorlig grad kan skade mindreårige og hjemmel til å fastsette nærmere regler om bruk av europeisk programmateriale. Komiteen stiller seg bak departementets vurderinger.

2.6 Regler som bare gjelder for fjernsyn jf. proposisjonen kapittel 9

Rett til korte nyhetsutdrag fra begivenheter av stor interesse jf. proposisjonens kap. 9.1

Komiteen registrerer at AMT-direktivet artikkel 15 regulerer retten til å sende korte nyhetsutdrag fra begivenheter av stor interesse for allmennheten.

Videre viser komiteen til at bestemmelsen pålegger medlemsstatene å sikre at fjernsynsselskaper på rettferdige, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår har tilgang til begivenheter av stor interesse for allmennheten som et annet fjernsynsselskap har eksklusive rettigheter til å sende fra.

Komiteen viser videre til at det skal sikres at kringkastere etablert innenfor det europeiske økonomiske samarbeidsområdet for nyhetsrapportering har adgang til å anvende korte utdrag fra denne type begivenheter i tilfeller der begivenheten sendes eksklusivt av en kringkaster. Ifølge direktivets fortale punkt 55 er formålet å verne friheten til å motta opplysninger og sikre at seernes interesser fullt ut er beskyttet. Komiteen stiller seg bak dette.

Komiteen registrerer at i høringsutkastet gikk departementet inn for at det ikke utarbeides noen liste over hvilke begivenheter som omfattes, slik at dette må vurderes konkret. Komiteen er enig i dette.

Komiteen stiller seg derfor bak argumentasjon om at når et kringkastingsselskap har ervervet enerett til å sende fra begivenheten og at andre kringkastere ønsker å sende nyhetsutdrag, gir det indikasjon på at begivenheten er av stor interesse for allmennheten.

Komiteen merker seg videre at det ble foreslått at adgangen til å sende korte utdrag sikres ved at andre kringkastere kan benytte signalet til hovedkringkasteren. Dette er direktivets utgangspunkt. Departementet foreslo at artikkel 15 gjennomføres i åndsverkloven gjennom en avgrensning i signalretten i §§ 45a og 25 andre ledd når det gjelder verk som inngår i utdraget. Komiteen støtter dette.

Når det gjelder utdragenes maksimale lengde, ble det foreslått at utdragene ikke skal være lengre enn det nyhetsformålet tilsier (noe som må vurderes konkret), men at 90 sekunder uansett fastsettes som en

øvre grense. Forslaget innebar videre at utdragene kan sendes så lenge de har nyhetsinteresse, men ikke utover dette.

Komiteen registrerer debatten som er synliggjort i saksgrunnlaget under kapittel 9 og som fremkom på høringen den 22. november 2012.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet, Høyre og Kristelig Folkeparti mener at sitatretten for korte nyhetsutdrag fra begivenheter av stor interesse bør gjøres plattformnøytral. Disse medlemmer vil påpeke at en vid praktisering av nyhetsretten er særdeles viktig i en tid hvor det tidligere skillet mellom ulike kommunikasjonskanaler er i ferd med å viskes ut og ulike publiseringsmetoder raskt smelter sammen.

2.7 Andre endringer i kringkastingstjenesteloven uten sammenheng med AMT-direktivet

Politisk TV-reklame

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet og Høyre mener regulering av politisk reklame bør være plattformnøytral og at politisk reklame derfor også bør tillates i direkte kringkastede sendinger og audiovisuelle bestillingstjenester. Disse medlemmer mener forbudet mot politisk TV-reklame er et inngrep i yttringsfriheten som påvirker formidlingen av meningsmangfoldet i det politiske landskapet.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake med sak om opphevelse av forbudet mot politisk TV-reklame.»

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet viser til de ulike høringsuttalelsene knyttet til behandlingen av Prop. 9 L (2012–2013), og understreker at mest mulig like forhold for aktørene i et marked er viktig. Disse medlemmer er opptatt av at politikere ikke skal gjennomføre tiltak eller utforme lover som kan bidra til konkurransevridning, og mener derfor det er feil med særnorske restriksjoner i et internasjonalt marked. Bl.a. uttaler TV2 og Mediebedriftenes Landsforening (MBL) en klar motstand mot en slik norsk tilleggsregulering, og disse medlemmer mener slike reguleringer blir paradiske når de heller ikke er plattformnøytrale. Det er etter disse medlemmers syn ingen logikk i at det f.eks. er forbudt med reklame for politiske partier og reseptfrie medisiner på TV-sendinger, mens den samme reklamen tillates i øvrige medier. I dagens mediemarked, med en stadig større gråsoner mellom fjernsyn og nett-TV, er det

også svært vanskelig å forsvare ordningen ut fra påvirkningskraft og omfang.

Disse medlemmer viser også til at dagens totalforbud mot politisk TV-reklame er et brudd med ytringsfriheten, og at det kompensierende tiltaket ved støtte til Frikanalen ikke på noen som helst måte ivaretar ytringsfriheten på en tilfredsstillende måte.

I tillegg vil disse medlemmer vise til Meld. St. 1 (2012–2013), hvor regjeringen skriver følgende:

«Virksom konkurranse bidrar til effektiv bruk av samfunnets ressurser, holder kostnadene nede og fremmer innovasjon. Dette kommer forbrukerne til gode gjennom lavere priser og et variert produktutvalg med god kvalitet.»

Disse medlemmer registrerer regjeringens innrømmelse av markedets og konkurransens åpenbare fortrinn knyttet til ressursutnyttelse og kvalitet, og håper denne erkjennelsen også følges opp i praktisk politikk. Dette må i så fall innebære at regjeringen sørger for at man får rett til å markedsføre sine produkter, for å sikre forbrukerne et best mulig beslutningsgrunnlag. Disse medlemmer registrerer at heller ikke dette er noen fremmed tanke i regjeringen, all den tid Næringsdepartementet har uttalt at TV-reklame for reseptfrie legemidler vil sørge for økt informasjon om disse legemidlene. Disse medlemmer påpeker at et fritt marked og informasjonstilgang henger sammen, og at ytringer og markedsføring på TV derfor må tillates både av hensyn til ytringsfriheten og for å sikre mest mulig opplyste valg hos forbrukerne. Disse medlemmer viser til at en slik rett ikke må knyttes utelukkende opp mot legemidler, men også andre lovlige varer som det i dag eksisterer et reklameforbud for – som f.eks. alkohol og tobakk.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake med en sak om opphør av forbud mot TV-reklame på tobakk og alkohol.»

Komiteens medlemmer fra Framskrittspartiet og Høyre fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake med en sak om opphør av forbud mot TV-reklame for legemidler godkjent for salg i butikk.»

Kringkastingslovens bestemmelse om formidlingsplikt

Komiteens medlemmer fra Framskrittspartiet og Høyre vil påpeke at det er

reist spørsmål om hvorvidt formidlingsplikten innebærer at distributøren ikke kan kreve vederlag fra sluttbruker for formidling av formidlingspliktige kanaler. Disse medlemmer kan ikke se at dette spørsmålet er tilstrekkelig belyst i proposisjonen. Disse medlemmer viser videre til at flere høringsinstanser har uttalt seg om hvorvidt det er hensiktsmessig å benytte fullmaktshjemmelens adgang til å pålegge formidlingsplikt på alle nett. Disse medlemmer merker seg videre synspunktet om at formidlingsplikten bør balanseres med en formidlingsrett og at departementet mener hensynet til distributørene er ivaretatt i gjeldende regulering. Disse medlemmer viser til de økonomiske konsekvensene dette spørsmålet har både for innholdsprodusenter, formidlere og forbrukere og vil derfor påpeke betydningen av en grundig utredning av dette spørsmålet.

På denne bakgrunn fremmer disse medlemmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede spørsmålet om betalingsfastsettelse ved formidlingsplikt og på egnet måte komme tilbake til Stortinget med sak om dette.»

Utlevering av fødselsdato til NRK

Komiteens medlemmer fra Framskrittspartiet og Høyre viser til at partiet ikke støttet at NRK ble gitt rett til opplysninger fra kunderegistre til TV-distributører, og viser til tidligere behandling i Stortinget der disse medlemmer mener NRK med sitt innkreivingsapparat allerede har et meget effektivt virkemiddel til bruk for innkreivning av lisensmidlene. Allerede før utvidelsen i 2009 kontrollerte NRK sitt lisensregister opp mot informasjonen fra forhandlere og det sentrale folkeregisterets opplysninger. Disse medlemmer mener det ikke kan forsvares å samkjøre dataregistre til dette formålet og at det kan stilles spørsmål ved om datakvaliteten på utleverte opplysninger vil svekke rettssikkerheten. Disse medlemmer viser til proposisjonens kapittel 11.4.4. der det heter:

«(...) Datatilsynet, Familie & Medier, Get, Kabel Norge, MTG og Telenor er imot endringen.

Telenor, Kabel Norge og Get mener blant annet at bestemmelsen setter distributørene i et uholdbart krysspress og at det hefter så stor usikkerhet ved kvaliteten på dataene som utleveres at opplysningene ikke er egnet til å benyttes til kontrollformål.

I denne sammenheng uttaler Telenor:

'Eksempelvis vil forskjellige personer i en husstand kunne være registrert som kunder av forskjellige tjenester – den ene kan være kunde hos Telenor, mens den andre er oppført i NRKs register.'

Telenor m fl. hevder videre at bestemmelsen er i strid med personopplysningsloven § 11, personvern-direktivet artikkel 13 bokstav a til d samt artikkel 8 i den europeiske menneskerettskonvensjon (EMK).

Datatilsynet er av samme oppfatning og uttaler følgende:

'Datatilsynet er av den oppfatning at foreliggende hjemmel er i strid med grunnleggende personvern-hensyn. I EUs personvern-direktiv heter det at person-opplysninger bare kan benyttes til nærmere forhåndsdefinerte behandlingsformål. Det vises også til personopplysningslovens § 11 litra c, hvorefter personopplysninger som er innsamlet til ett formål ikke kan brukes senere til et formål som er uforenlig med det opprinnelige formålet, uten at den registrerte samtykker. Angjeldende opplysninger er opprinnelig avgitt fra en privatperson til en tv-tilbyder, for at tilbyderen skal kunne administrere og ivareta deres kundeforhold. Det å benytte disse opplysningene til et nytt formål er i utgangspunktet i strid med formålsbestemthetsprinsippet. Dette er ekstra problematisk når det nye formålet er å gjennomføre kontroll med den enkelte.'

Datatilsynet og Telenor m fl. stiller videre spørsmål ved om NRK vil ha rett til innsyn i hele registeret eller bare av personer som ikke er registrert i NRKs lisensregister og om NRK skal kunne lagre opplysningene. Datatilsynet mener slike spørsmål eventuelt kan avklares i forskrift.»

3. Forslag fra mindretall

Forslag fra Fremskrittspartiet og Høyre:

Forslag 1

Stortinget ber regjeringen vurdere hvordan behovet for teksting av kringkastingssendinger og audiovisuelle bestillingstjenester mest formålstjenlig kan reguleres og komme tilbake til Stortinget med sak om dette.

Forslag 2

Stortinget ber regjeringen komme tilbake med sak om opphevelse av forbudet mot politisk TV-reklame.

Forslag 3

Stortinget ber regjeringen komme tilbake med en sak om opphør av forbud mot TV-reklame for legemidler godkjent for salg i butikk.

Forslag 4

Stortinget ber regjeringen utrede spørsmålet om betalingsfastsettelse ved formidlingsplikt og på egnet måte komme tilbake til Stortinget med sak om dette.

Forslag fra Fremskrittspartiet:

Forslag 5

Stortinget ber regjeringen komme tilbake med en sak om opphør av forbud mot TV-reklame på tobakk og alkohol.

4. Komiteens tilråding

Tilrådingen fremmes av komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Senterpartiet og Kristelig Folkeparti med vekslende støtte fra medlemmene fra Fremskrittspartiet og Høyre.

Komiteen viser til proposisjonen og til sine merknader og rår Stortinget til å gjøre slikt

vedtak til lov

om endringer i kringkastingsloven, åndsverkloven og film- og videogramlova (gjennomføring av direktiv 2010/13/EU om audiovisuelle medietjenester mv.)

I

I lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting gjøres følgende endringer:

Lovens tittel skal lyde:

Lov om kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester (kringkastingsloven)

§ 1-1 skal lyde:

§ 1-1 *Definisjoner*

I denne lov menes med:

- a) *Kringkasting*: utsending av tale, musikk og liknende via elektroniske kommunikasjonsnett, ment eller egnet til å ses eller høres direkte og samtidig av allmennheten.
- b) *Lokalkringkasting*: kringkasting innenfor geografisk avgrensede områder.
- c) *Fjernsyn*: tjeneste som tilbys av en tjenestetilbyder hvor hovedformålet er å tilby bildeprogrammer som er ment eller egnet til å ses direkte og samtidig på grunnlag av en programoversikt og som distribueres til allmennheten via elektroniske kommunikasjonsnett.
- d) *Audiovisuelle bestillingstjenester*: tjeneste som tilbys av en tjenestetilbyder hvor hovedformålet er å tilby bildeprogrammer som kan ses på et tidspunkt seeren selv velger og på dennes bestilling fra en programkatalog og som distribueres til allmennheten via elektroniske kommunikasjonsnett.

- e) *Bildeprogrammer*: et sett av levende bilder med eller uten lyd som utgjør ett enkelt innslag.
- f) *Tjenestetilbyder/kringkaster*: fysisk eller juridisk person som i ervervsvirksomhet utøver effektiv redaksjonell kontroll med utvelgelsen og organiseringen av lyd- eller bildeprogrammene.
- g) *Reklame*: enhver form for markedsføring av en vare, tjeneste, sak eller idé mot betaling eller annen form for godtgjøring. Med reklame menes også innslag i fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester som har til formål å fremme tjenestetilbyderens egen virksomhet.

Kongen avgjør tvilstilfelle etter denne paragrafen. Kongen eller den Kongen bemyndiger kan i særlige tilfeller helt eller delvis unnta en tjeneste fra loven.

§ 2-6 skal lyde:

§ 2-6 *Europeisk programmateriale i fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester*

Kongen gir nærmere regler om bruk av europeisk programmateriale i fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester, herunder hvilke programkategorier reglene gjelder for, definisjon av europeisk programmateriale og gjennomføring av reglene.

§ 2-7 skal lyde:

§ 2-7 *Beskyttelse av mindreårige seere*

Kongen gir i forskrift regler om forbud mot å sende fjernsynsprogram som i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske utvikling, særlig hvis programmet inneholder pornografiske scener eller umotivert vold.

Kongen gir i forskrift regler om at fjernsynsprogram med scener eller innslag som kan være skadelige for mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske utvikling bare skal sendes i perioder hvor mindreårige vanligvis ikke kan se eller høre sendingen, samt om andre tekniske tiltak som forhindrer at mindreårige kan se eller høre sendingene. Kongen gir i forskrift regler om akustisk og visuell varsling når slike program sendes i ukodet form.

Ny § 2-16 skal lyde:

§ 2-16 *Identifikasjon av tilbydere av fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester*

Tilbydere av fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester skal til enhver tid sørge for at seerne på en enkel og direkte måte har tilgang til følgende opplysninger:

- a) navn, gateadresse, postadresse, elektronisk postadresse og øvrige opplysninger som gjør det

mulig å komme i direkte forbindelse med tjenestetryteren

- b) relevante reguleringsmyndigheter eller tilsynsorganer på det audiovisuelle området.
Kongen kan gi nærmere forskrifter om kravene til identifikasjon.

Ny § 2-17 skal lyde:

§ 2-17 *Anmodning om å følge nasjonal rett i andre EØS-land*

Medietilsynet skal anmode fjernsynsselskap som faller inn under norsk jurisdiksjon om å følge regler fastsatt i medhold av EØS-avtalen vedlegg XI nr. 5p (direktiv 2010/13/EU) om samordning av visse bestemmelser om innføring av audiovisuelle medietjenester, fastsatt ved lov eller forskrift i medlemsstatene og som er strengere eller mer detaljerte enn tilsvarende norske regler dersom:

- a) det er innkommet en begrunnet anmodning om dette fra relevante myndigheter i et annet EØS-land,
- b) reglene er fastsatt i samsvar med allmennhetens interesse,
- c) sendingen er helt eller hovedsakelig rettet mot vedkommende EØS-land, og
- d) andre norske regler fastsatt i lov eller forskrift ikke er til hinder for å følge regelverket i vedkommende EØS-land.

Ved vurderingen av om sendingen er helt eller hovedsakelig rettet mot vedkommende EØS-land etter første ledd bokstav c skal det legges vekt på sendingens språk, hvor reklame- og abonnementsinntekter hovedsakelig kommer fra og om det finnes programmer eller reklamesendinger spesifikt rettet mot seere i vedkommende EØS-land.

Medietilsynet skal innen to måneder etter at en begrunnet anmodning etter første ledd bokstav a er mottatt, underrette relevant myndighet i vedkommende EØS-land om resultatene av anmodningen.

Kongen kan i forskrift gi nærmere regler om gjennomføringen av første ledd.

Ny § 2-18 skal lyde:

§ 2-18 *Politiattest*

Kringkastere og tilbydere av audiovisuelle bestillingstjenester skal kreve at personell med arbeidsoppgaver som innebærer regelmessig kontakt med mindreårige, må legge frem politiattest i samsvar med politiregisterloven § 39 ved tilbud om stilting eller kontrakt.

Det samme gjelder for personell i produksjonsforetak som produserer programmer bestilt av en kringkaster eller tilbyder av audiovisuelle bestillingstjenester.

Departementet kan i forskrift gi nærmere regler om fremleggelse av politiattest.

Ny § 2-19 skal lyde:

§ 2-19 *Tilrettelegging for hørselshemmede i fjernsyn*

NRKs riksdekkende fjernsynskanaler skal tekste følgende programmer:

- a) *alle ferdigproduserte fjernsynsprogrammer, og*
- b) *direktesendte fjernsynsprogrammer mellom klokken 18.00 og klokken 23.00 dersom det er teknisk og praktisk mulig.*

Riksdekkende kommersielle fjernsynskanaler med en andel på mer enn fem prosent av de samlede seertallene for fjernsyn skal tekste følgende programmer:

- a) *alle ferdigproduserte fjernsynsprogrammer mellom klokken 18.00 og klokken 23.00, og*
- b) *direktesendte fjernsynsprogrammer mellom klokken 18.00 og klokken 23.00 dersom det er teknisk og praktisk mulig.*

Kongen kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om tilrettelegging for hørselshemmede.

§ 3-1 andre ledd skal lyde:

Det kan ikke sendes reklameinnslag i tilknytning til barneprogram eller reklameinnslag som særlig er rettet mot barn i fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester.

§ 3-3 skal lyde:

§ 3-3 *Forbud mot skjult reklame og andre former for skjult markedsføring*

Ingen former for skjult reklame eller andre former for skjult markedsføring skal forekomme i fjernsyn eller audiovisuelle bestillingstjenester.

Med skjult markedsføring menes muntlig eller visuell presentasjon i programmer av en vareproducents eller en tjenesteleverandørs varer, tjenester, navn, varemerke eller virksomhet dersom presentasjonen skjer forsettlig for å tjene reklameformål og publikum kan villedes med hensyn til presentasjonens art. Slik presentasjon anses som forsettlig særlig dersom den skjer mot betaling eller lignende godtgjøring.

Det skal ikke forekomme markedsføring som benytter metoder som påvirker underbevisstheden.

Bestemmelsen gjelder så langt den passer for radio.

§ 3-4 skal lyde:

§ 3-4 *Sponsing i kringkasting og audiovisuelle bestil-*

lingstjenester

Dersom et program er sponset, skal det opplyses om dette på en tydelig måte ved inn- og/eller utannonseringen av programmet. Opplysninger om sponsor kan gis i form av sponsors navn, varemerke, logo, produkt eller tjeneste.

Med sponsing menes ethvert bidrag til produksjon eller sending av program fra en fysisk eller juridisk person som selv ikke tilbyr programmet eller er engasjert i produksjonen, med sikte på å fremme sponsors navn, varemerke, omdømme, virksomhet, produkt eller tjeneste.

Innhold og presentasjonsform i sponsede program må være slik at tjenestetilbyderens redaksjonelle integritet opprettholdes fullt ut.

Sponsede program skal ikke oppmuntre til kjøp eller leie av sponsors eller tredje parts produkt eller tjenester, herunder ved å inneholde spesielle salgsfremmende henvisninger til slike produkt eller tjenester, jf. likevel § 3-5.

Nyhets- og aktualitetsprogrammer kan ikke sponses.

Programmer i kringkasting eller audiovisuelle bestillingstjenester kan ikke sponses av fysiske eller juridiske personer hvis hovedaktivitet er å produsere, selge eller leie ut produkt eller tjenester det er forbudt å reklamere for etter norsk lov eller regler gitt i medhold av norsk lov. Politiske partiorganisasjoner kan ikke sponse programmer.

Kongen gir i forskrift nærmere regler om sponsing av kringkastingsprogrammer og audiovisuelle bestillingstjenester, herunder regler om sponsing i Norsk rikskringkasting AS.

Overskriften til § 3-5 skal lyde:

§ 3-5 *Premier i lyd- eller bildeprogrammer i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester*

Ny § 3-6 skal lyde:

§ 3-6 *Produktplassering i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester*

Produktplassering i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester er forbudt med de unntak som følger av tredje ledd.

Med produktplassering menes at en vare, tjeneste eller et varemerke inngår i, eller vises til i et program mot betaling eller liknende vederlag for direkte eller indirekte å fremme varer, tjenester eller omdømmet til en fysisk eller juridisk person. Gratis levering av varer eller tjenester som ikke har en betydelig verdi regnes ikke som produktplassering.

På de vilkår som fremgår av § 3-7 skal produktplassering være tillatt i fjernsyn og audiovisuelle bestillingstjenester i filmer, fiksjonsbaserte serier,

sportsprogrammer og lette underholdningsprogrammer med unntak av programmer som er særlig rettet mot barn.

Adgangen etter tredje ledd omfatter ikke programmer som er produsert eller bestilt av NRK eller tilknyttede foretak.

Kongen kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om produktplassering.

Ny § 3-7 skal lyde:

§ 3-7 *Krav til programmer som inneholder produktplassering*

Programmer som inneholder produktplassering, skal oppfylle følgende krav:

- a) Programmets innhold og fastsetting av sendetid skal ikke under noen omstendigheter påvirkes på en slik måte at det innvirker på ansvaret og den redaksjonelle uavhengigheten til tilbyderen av medietjenesten.
- b) Produktplasseringen skal ikke direkte oppfordre til kjøp eller leie av varer eller tjenester, herunder ved å inneholde spesielle salgsfremmende henvisninger til slike varer eller tjenester.
- c) Produktplassering skal ikke gi vedkommende vare eller tjeneste en unødig fremtredende rolle.
- d) For å unngå at seerne villedes skal programmer som inneholder produktplassering identifiseres på en tydelig og nøytral måte ved begynnelsen og slutten av programmet, samt når programmet fortsetter etter et reklameavbrudd.
- e) Programmer som er produsert eller bestilt av tjenestetilbydere underlagt norsk jurisdiksjon eller tilknyttede foretak, kan ikke inneholde produktplassering av produkter eller tjenester som er av særlig interesse for barn eller av våpen, modeller av våpen eller leketøysutgaver av våpen.
- f) Programmer som er produsert eller bestilt av fjernsynsforetak underlagt norsk jurisdiksjon eller tilknyttede foretak, kan ikke inneholde produktplassering finansiert av politiske partiorganisasjoner.

Kravet i bokstav d gjelder ikke for programmer som verken er produsert eller bestilt av tjenestetilbyderen eller tilknyttede foretak.

§ 4-3 skal lyde:

§ 4-3 *Formidlingsplikt mv.*

Kongen kan i forskrift gi regler om at visse kringkastingssendinger skal formidles i nett som kan formidle kringkasting.

Regler om formidlingsplikt skal være rimelige, forholdsmessige, åpne for innsyn og nødvendige for å oppnå klart fastsatte mål i allmennhetens interesse.

Kongen kan gi regler om de nærmere vilkår for formidlingen. Medietilsynet kan i særlige tilfeller redusere tallet på formidlingspliktige kringkastingssendinger.

Kabeleier eller den som disponerer kabelnettet, skal etter regler Kongen gir, sende melding fra statsmyndighet når det har vesentlig betydning.

§ 4-5 skal lyde:

§ 4-5 *Forbud mot videresending*

Medietilsynet kan i forskrift eller enkeltvedtak forby videresending av fjernsynskanaler som

- a) sender reklame i strid med norsk lov
- b) sender program med pornografi eller vold i strid med norsk lov eller andre program som i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske utvikling
- c) sender program som kan være skadelige for barn eller ungdom når videresendingen skjer på tidspunkt barn eller ungdom er en dominerende seergruppe
- d) sender program som norsk rett har funnet stridende mot straffeloven § 135 a, eller
- e) er etablert i et annet EØS-land for å omgå bestemmelser som ellers ville fått anvendelse dersom fjernsynsselskapet hadde vært etablert i Norge.

Medietilsynet kan i forskrift eller enkeltvedtak forby salg, utleie eller markedsføring av innretninger eller tjenester som i det vesentlige har som formål å gi tilgang til fjernsynskanaler eller program som nevnt i første ledd bokstav b, d eller e.

Kongen gir i forskrift nærmere regler om unntak fra forbudet i første ledd bokstav a og om prosedyrer mv. i forbindelse med nedlegging av forbud etter første og andre ledd.

§ 8-5 første ledd skal lyde:

Den som mot vederlag tilbyr fjernsynssendinger ved kringkasting eller formidling av kringkasting, plikter å gi Norsk rikskringkasting AS opplysninger om sine kunders navn, adresse og fødselsdato.

II

I lov 12. mai 1961 nr. 2 om opphavsrett til åndsverk m.v. gjøres følgende endringer:

§ 25 nytt andre ledd skal lyde:

Når et fjernsynsselskap gjengir korte utdrag fra begivenheter av stor interesse for allmennheten i medhold av § 45a sjetten ledd, kan selskapet gjengi verk som inngår i utdraget fra begivenheten.

§ 45a nytt sjette ledd skal lyde:

Uten hinder av denne bestemmelsen kan et fjernsynsselskap som er etablert innenfor det europeiske økonomiske samarbeidsområdet i sine generelle nyhetssendinger, vederlagsfritt sende korte utdrag fra begivenheter av stor interesse for allmennheten som et annet fjernsynsselskap har eksklusive rettigheter til å sende fra. Korte utdrag fra slik begivenhet skal ikke være lengre enn det nyhetsformålet tilsier, og kan uansett ikke overstige 90 sekunder. Utdrag kan bare gjengis så lenge begivenheten har nyhetsinteresse. Utdragets kilde skal angis med mindre det av praktiske grunner er umulig, og den opprinnelige sendingens karakter må ikke forandres eller forringes. Etter at fjernsynsselskapet har sendt utdrag i

kringkastingsssending, kan selskapet gjøre den samme nyhetssendingen som utdraget inngår i, tilgjengelig som audiovisuell bestillingstjeneste.

III

I lov 15. mai 1987 nr. 21 om film og videogram skal § 1 første ledd lyde:

Denne lova gjeld framsyning og omsetning av film og videogram i næring. Lova gjeld ikkje kringkasting slik dette er definert i kringkastingsloven.

IV

Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer.

Oslo, i familie- og kulturkomiteen, den 6. desember 2012

Gunn Karin Gjul

leder

Kåre Simensen

ordfører