

05.06.2000

Høringsnotat – forslag til endringer i forskrift om kringkasting om reklame i tekstfjernsyn, sendetidsfordeling for lokalradio, sponning mm

Kulturdepartementet legger med dette frem forslag til endringer i kringkastingsforskriften. Endringsforslagene omfatter særlig reglene om reklame i tekstfjernsyn, sponning i kringkasting og sendetidsfordeling for lokalradio, jf. vedlagte høringsnotat.

Høringsnotatet er også lagt ut på Internett.

Departementet ber høringsinstansene vurdere om notatet bør forelegges evt. underliggende organer. Uttalelse kan også avgis av organer og lignende som ikke er oppført på høringslisten. Vi ber om at høringsuttalelsene avgis både skriftlig og elektronisk.

Eventuelle merknader må være Kulturdepartementet i hende senest 14. august 2000

Med hilsen

Roy Kristiansen e.f.
avdelingsdirektør

øyvind Christensen
underdirektør

Vedlegg

Høringsnotat om forskrift av 28. februar 1997 om kringkasting – endrede regler om tekst-tv, sponning, sendetidsfordeling og klagesaksgang med mer

1 Innledning

Kulturdepartementet legger med dette frem forslag om endringer i forskrift 28. februar 1997 nr. 153 om kringkasting. De konkrete forslag til endringer fremgår av vedlegg 1.

Bakgrunnen for endringene i forskriften er Stortingets vedtak av 9. desember 1999 om lov om endringer i lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting.¹ Disse vedtakene, som trådte i kraft 20. januar 2000, innebar blant annet nye regler for hhv. sponning og NRKs forretningsmessige virksomhet. Forskriftsendringene som foreslås i dette høringsnotatet representerer nødvendige presiseringer av regelverket på disse områdene. Departementet foreslår i tillegg endringer i reglene i kringkastingsforskriften om sendetidsfordeling i lokalradiosektoren. Dette er en oppfølging og presisering av to plenarvedtak fattet av Stortinget hhv. 13. juni 1995 og 13. desember 1999.

Kulturdepartementet foreslår også endrede regler for behandlingen av klagesaker om kringkastingsavgift, samt for tilsynsansvaret for forbudet mot salgsfremmende omtale av produkt og tjenester i kringkastingsprogram.

2 Departementets vurderinger og forslag

2.1 Reklame i tekst-tv

Ved Stortingets behandling av Innst. O. nr. 14 (1999-2000), jf. Ot. prp. nr. 55 (1998-99), ble det bestemt å tillate reklame i NRKs tekstfjernsyn. Videre ble det bestemt at det skulle fastsettes nærmere regler om reklame i NRKs tekstfjernsyn. Det ble bl.a. presisert at tekstfjernsynstjenester som retter seg mot barn bør være skjermet mot reklame. Stortinget sluttet seg også til forslag om å fastsette regler som forbyr reklame på de tekst-TV-sidene i NRKs tekstfjernsynssendinger som inneholder programoversikter.

Gjeldende rett

Med unntak for kringkastingsforskriften §§ 3-4 og 3-6 gjelder bestemmelsene i kringkastingsforskriften kapittel 3 om "Reklame, sponing, tilsyn" ikke for tekstfjernsyn. Dette fremgår av kringkastingsforskriften § 3-13. Kringkastingsforskriften § 3-4 som forbyr reklame med et visst innhold, f.eks. reklame for våpen, og § 3-6 om reklame i forhold til barn gjelder derfor for tekstfjernsyn så langt de passer. Bestemmelsene er generelle og vil derfor også komme til anvendelse for NRK.

Reglene om reklame særlig rettet mot barn i kringkastingsforskriften § 3-6 gjelder i dag også for tekstfjernsyn, jf. § 3-13. Forbudet i forskriften § 3-6 fjerde ledd mot å sende reklameinnslag i forbindelse med barneprogram kan imidlertid ikke anvendes direkte i forhold til tekstfjernsyn. Departementet viser til at forbudet er relatert til sendetidspunkter; 10 minutter før og etter barneprogram, noe som ikke kan overføres til tekstfjernsyn. I mange tilfeller vil § 3-6 tredje ledd, jf. loven § 3-1 andre ledd, også ramme reklame på tekstfjernsyn som har barn som målgruppe.

Departementets vurdering

Stortinget sluttet seg til departementets forslag om forbud mot reklame på NRKs tekst-TV-sider som inneholder programoversikter. Departementet foreslår at dette presiseres i første ledd til en ny § 3-13 om særlige regler for NRK.

Departementet er opptatt av at NRKs allmennkanaler fortsatt skal være reklamefrie etter at NRK har fått tillatelse til å operere med reklame på tekstfjernsyn. Dette ble også understreket av Stortinget. I forbindelse med denne problemstillingen har departementet vurdert behovet for en bestemmelse som forbyr NRK å ha henvisninger i sine ordinære kringkastingsendinger til tekstfjernsynssider som har reklame. Per i dag anser imidlertid departementet ikke at det er nødvendig å innføre en slik særregel for NRK.

Departementet har også vurdert behovet for særregler for NRK mht. tekstfjernsynssider som legges ut som en del av (eller over) det ordinære fjernsynsbildet. Heller ikke på dette punkt ser departementet behov for å foreslå særregulering nå. Det er imidlertid ikke usannsynlig at den teknologiske utvikling med tiden vil kunne skape behov for nye regler på dette området. Departementet vil i tillegg understreke at det i noen grad må være opp til NRK selv å ta ansvar for å følge opp de forutsetninger som Stortinget har lagt til grunn for å tillate reklame på selskapets tekstfjernsynstjeneste.

Kringkastingsforskriften § 3-6 fjerde ledd kan som nevnt ikke anvendes direkte på tekstfjernsynstjenester. Øvrige bestemmelser om reklame særlig rettet mot barn i § 3-6, jf. loven § 3-1 andre ledd, gjelder imidlertid også reklame i tekstfjernsyn. For å gjøre det klart at tekstfjernsyn som har barn som målgruppe ikke skal inneholde reklame, foreslår departementet en presisering i § 3-6, jf. vedlagte utkast til nytt sjette ledd i § 3-6. Ved vurderingen av hvilke tekstfjernsynstjenester som skal anses å ha barn som målgruppe bør kriteriene i kringkastingsforskriften § 3-6 femte ledd kunne anvendes så langt de passer.

Konklusjon: Departementet foreslår at det fastsettes i forskriften at NRK AS' tekstfjernsyn som inneholder programoversikter ikke kan inneholde reklame, jf. utkastet § 3-13 første ledd. Gjeldende § 3-13 blir ny § 3-14. Departementet foreslår ingen andre særlige regler for NRKs tekstfjernsyn. Tekstfjernsyn som har barn som målgruppe kan ikke inneholde reklame, jf. utkastet § 3-6 sjette ledd. Sistnevnte bestemmelse gjelder alle kringkastere.

2.2 Retningslinjer for sponing i Norsk rikskringkasting m.v.

- a. Ved Stortingets behandlingen av Innst. O. nr. 15 (1999-2000), jf. Ot. prp. nr. 63 (1998-99), ble det bestemt at Kongen får hjemmel til å fastsette nærmere regler om sponing i NRK. Stortinget sluttet seg til at det fastsettes følgende regler om hvilke typer programmer eller sendinger NRK kan motta tilskudd til:

NRK vil kunne motta tilskudd til sendinger fra idrettsarrangementer. I utgangspunktet vil adgangen ikke være begrenset til direkte overføringer, slik at også sendinger som er opptak fra idrettsarrangement kan sponses. Andre idrettsprogram som ikke er sendinger fra idrettsarrangement, for eksempel "Sportsrevyen", kan ikke sponses.

NRK skal også kunne motta tilskudd til produksjoner fra arrangementer som er helt eller delvis i NRKs egen regi. Dette gjelder program som skal sendes til flere land eller er av samfunnsmessig interesse eller kulturell betydning, herunder arrangementer i tilknytning til sentrale nasjonale begivenheter.

På bakgrunn av Stortingets behandling vil NRK også kunne motta tilskudd til produksjon av undervisningsprogram. NRKs adgang til å motta tilskudd til undervisningsprogram vil imidlertid måtte begrenses til program som ikke er barne- og ungdomsprogram. Dette følger av at gjeldende forskrift § 3-11 på generelt grunnlag forbyr sponing av barne og ungdomsprogram. I vurderingen av hva som er barne- og ungdomsprogram kommer forskriften § 3-6 til anvendelse så langt den passer.

Konklusjon: Departementet foreslår at særlige regler om NRK i samsvar med ovenstående fastsettes i utkastet § 3-13 andre ledd. Gjeldende §§ 3-13 og 3-14 blir ny §§ 3-14 og 3-15.

2.3 Identifikasjon av sponsor

Inn- og utannonseringer

Kringkastingsloven er endret slik at sponsor skal identifiseres ved inn- og/eller utannonseringen. Kringkastingsforskriften § 3-10 første ledd, som reflekterer den tidligere bestemmelsen om at sponsor både skal identifiseres ved inn- og utannonseringen, må derfor endres tilsvarende.

Ubevegelig bilde

Stortingsflertallet fastslo at det skal fastsettes forskrifter om at sponsor ikke kan identifiseres ved bevegelig bilde. En slik begrensning skal gjelde både for de kommersielle kringkastingskanalene og for NRKs kanaler. Begrensningene vil først og fremst gjelde sponsorplakater og vil ikke forby alminnelig rulletekst.

Identifikasjon i program eller i programavbrudd

Etter departementets mening er det ikke tillatt å identifisere sponsor i program, eller i programavbrudd. Dette gjelder uavhengig av om programmet har naturlige eller "kunstige" pauser eller om reklame kan plasseres i slike pauser. Stortinget hadde ikke merknader til departementets tolkning ved behandlingen av sponsereglene.

Departementet foreslår at forbudet mot å identifisere sponsor i program eller i programavbrudd klargjøres i forskriften § 3-10 første ledd.

Beløpsgrenser

Stortinget sluttet seg også til departementets forslag om at Statens medieforvaltning får hjemmel til å fastsette beløpsgrenser for når et program skal identifiseres som sponset. Det foreslås at denne kompetansen fastsettes i forskriften § 3-10 første ledd. Det er bare plikten til å identifisere sponsor som kan unntas etter bestemmelsen. Kompetansen omfatter ikke sponsedefinisen eller forbudene mot sponing. Eventuelle minsteregler om hva som utløser identifikasjonsplikt, innebærer for eksempel ikke liberalisering av forbudet mot at alkoholprodusenter sponser kringkastingsprogram.

Slagord mm

Etter kringkastingsloven § 3-4 første ledd kan opplysninger om sponsor gis i form av sponsors "navn, varemerke eller logo". Kringkastingsforskriften § 3-10 utfyller loven og presiserer at sponsoridentifikasjonen ikke kan inneholde ytterligere informasjon om sponsor.

I Kulturdepartementets høringsnotat av 4. september 1998 ble det foreslått å presisere at slagord ikke kan benyttes ved identifikasjonen av sponsor. Flertallet av høringsinstansene var positive til dette forslaget. Bruk av slagord, tilleggsinformasjon m.v. i sponsoridentifikasjonen vil kunne medregnes i kringkastingsseksjonens sendetidsandel av reklame. En slik praksis utvider identifikasjonsgrunnlaget for sponsor i strid med lovens formål som bl.a. er å skille mellom reklame og sponing. Om slagordet har et meningsbærende innhold isolert sett eller ikke, har mindre betydning når selve bruken av det identifiserer sponsor i strid med forskriften § 3-10, jf. loven § 3-4, eller er markedsførende, jf. kringkastingsloven § 1-1 fjerde ledd.

Det vises i denne forbindelse til komiteens enstemmige merknad, jf. Innst. O. nr. 15 (1999-2000):

"Komiteen har registrert at sponsoridentifikasjonen i økende grad ligner ordinære reklameinnslag, og at det derfor bør trekkes klarere skillelinjer mellom hva som er ordinær reklame og sponing."

Departementet fastholder derfor at det innskjerpes at det ikke skal gis opplysninger eller andre utsagn ut over sponsors navn, varemerke eller logo. Dette skal også gjelde tilleggsutsagn eller tilleggsopplysninger som er registrert som en del av selskapets logo eller varemerke i offentlige registre. Denne løsningen er i tråd med Stortingets forutsetninger ved at grenselinjen mellom sponning og reklame tydeliggjøres.

Konklusjon: Departementet foreslår følgende endringer i § 3-10:

- Det presiseres at sponsor skal identifiseres ved inn- og/eller utannonseringen, jf. utkastet § 3-10 første ledd
- Bevegelige bilder i sponsoridentifikasjonen forbys, jf. utkastet § 3-10 første ledd.
- Forbudet mot å identifisere sponsor i program eller i programavbrudd presiseres i forskriften § 3-10 første ledd.
- Statens medieforvaltning får hjemmel til å fastsette beløpsgrenser for når et program skal identifiseres som sponset, jf. utkastet § 3-10 første ledd.
- Det presiseres at sponsoridentifikasjonen ikke kan inneholde slagord, utsagn eller liknende selv om disse er en del av sponsors varemerke eller logo, jf. utkastet § 3-10 tredje ledd.

2.4 Sendetidsfordeling i lokalradio

Lokalradiokonsesjonærer som sender på samme frekvens skal i samarbeid fastsette en sendetidsfordeling, jf. kringkastingsforskriften § 7-9. Hvis konsesjonærene ikke blir enige, kan de be Statens medieforvaltning vedta en fordeling. Avgjørelsen beror på forvaltningens frie skjønn. Statens medieforvaltnings sendetidsvedtak kan påklages til departementet.

Stortinget har fattet to plenarvedtak om sendetidsfordeling for lokalradio. Det første vedtaket ble fattet 13. juni 1995, og lyder:

"Alle nærradioar med konsesjon skal ha høve til å sende program mellom kl 06.00 og kl 18.00, også i område med berre ein frekvens."

Plenarvedtaket ble fattet under behandlingen av Innst. S. nr. 190 (1994-95) til St. meld. nr. 24 (1994-95), Nærkringkasting, som la premissene for inneværende konsesjonsperiode for lokalradio. Plenarvedtaket innebar bl.a. en avvising av et forslag fra departementet om å la en kommersiell allmenradio disponere den omtalte sendetiden alene. Stortingsbehandlingen ga heller ikke støtte for å operere med et skille mellom kommersielle radioer og organisasjonsradioer, slik departementet hadde foreslått.

Stortinget fattet 13. desember 1999 et presiserende plenarvedtak, som lyder:

"Stortinget ber Regjeringen iverksette at ingen lokalradio skal fratras sendetid i konsesjonsperioden, med unntak av særskilte tilfeller."

Forslaget til plenarvedtak ble fremmet i Innst. O. nr. 14 (1999-2000), jf. Ot. prp. nr. 55 (1998-99). I innstillingen uttaler komiteen at plenarvedtaket av 13. juni 1995 ikke skulle føre til en endring av den sendetidspraktisering som hadde funnet sted, og at ingen radioer skulle være forbeholdt en bestemt sendeflate, slik det opprinnelig ble foreslått i St. meld. nr. 24 (1994-95). Det heter videre i innstillingen:

"I tråd med tidligere vedtak er komiteen opptatt av at lokalradioer må sikres stabile rammer for driften, der en innarbeidet sendetid med opparbeidet marked er det viktigste for å sikre en etablert virksomhet videre drift. På denne bakgrunn er det galt å benytte dette vedtaket (plenarvedtaket av 1995, departementets merknad) til å frata eksisterende nærradioer sendetid, hensikten var faktisk å sikre at ingen ble fratatt sendetid de hadde innarbeidet. Derfor slås det fast at ingen skal kunne fratras sendetid mellom konsesjonsrundene med mindre det oppstår tilfeller der dette er naturlig, f. eks. ved konkurs og opphør av sendinger eller ved fratagelse av konsesjon."

I saker om sendetidsfordeling legger myndighetene vekt på å sikre lokalradioene stabile rammer for driften. Konsesjonærer har imidlertid ikke automatisk krav på å beholde sendetiden uendret fra en konsesjonsperiode til den neste. Konsesjonærene må være innstilt på å justere sendetiden noe ved starten av en ny konsesjonsperiode, bl.a. fordi det må være mulig for nyetablerte konsesjonærer å starte opp lokalradiovirksomhet. Stortingets plenarvedtak av 13. juni 1995 er et uttrykk for at alle konsesjonærer som ønsker det skal ha en viss sendetid i den perioden på døgnet som oppfattes som mest attraktiv. Plenarvedtaket av 13. desember 1999 innebærer at konsesjonærene samtidig skal ha mest mulig stabile og forutsigbare rammebetingelser innenfor én konsesjonsperiode.

Konklusjon: Departementet foreslår at kringkastingsforskriften § 7-9 tredje ledd endres i tråd med Stortingets plenarvedtak av hhv. 13. juni 1995 og 13. desember 1999.

2.5 Tilsynsansvaret for forbudet mot salgsfremmende omtale av produkt eller tjenester i kringkastingsprogram og reklame for livssyn og politiske budskap

Etter gjeldende regelverk har Forbrukerombudet tilsyn med kringkastingsforskriften § 3-5, som forbyr salgsfremmende omtale av produkt eller tjenester i program. Statens medieforvaltning har tilsyn med kringkastingsloven § 3-4 tredje ledd, som forbyr salgsfremmende omtale av produkt eller tjenester i sponsede program. Forbrukerombudet behandler altså sakene når programmet ikke er sponset, mens Statens medieforvaltning behandler dem når programmet er sponset. Sanksjonsmyndigheten er tillagt Statens medieforvaltning ved brudd på begge bestemmelsene.

Det er lite hensiktsmessig at forskjellige etater har ansvar for det samme vurderingstemaet avhengig av om programmet er sponset eller ikke. Departementet har overfor Statens medieforvaltning og Forbrukerombudet foreslått at dette tilsynsansvaret i sin helhet bør ivaretas av medieforvaltningen. Begge etatene har gitt sin tilslutning til dette. Kulturdepartementet foreslår derfor at tilsynsansvaret overføres til Statens medieforvaltning.

Stortinget vedtok i juni 1999 at forbudet mot reklame for livssyn og politiske budskap ikke skal gjelde for radio. Samtidig ble forbudet mot reklame for livssyn og politiske budskap i fjernsyn tatt inn i kringkastingsloven § 3-1 tredje ledd, og tilsynet med at forbudet overholdes overført fra Forbrukerombudet til Statens medieforvaltning. Disse lovendringene trådte i kraft 1. juli 1999. Det foreslås å endre forskriften i samsvar med dette.

Konklusjon: Departementet foreslår at tilsynsansvaret for kringkastingsforskriften § 3-5 overføres fra Forbrukerombudet til Statens medieforvaltning gjennom en endring av forskriften § 3-14 i ny § 3-15. Forbudet mot reklame for livssyn og politiske budskap tas ut av § 3-4 tredje ledd. Forskriften § 3-14, ny § 3-15, endres i samsvar med dette.

2.6 Delegering av klagemyndighet i saker om kringkastingsavgift

Departementet ønsker prinsipielt sett et klart mulig skille mellom departementets roller som hhv. eier av NRK og klagemyndighet for vedtak som direkte vedrører det økonomiske grunnlaget for NRKs virksomhet. Departementet foreslår i tråd med dette at behandling av klager som gjelder vedtak fattet i medhold av forskrift 23. oktober 1980 nr. 8798 om fjernsynsmottakere delegeres fra Kulturdepartementet til Statens medieforvaltning. Forslaget innebærer at Statens medieforvaltning blir klageinstans i saker som gjelder klager i forbindelse med kringkastingsavgift, f.eks. klage over avslag på frilisens. Statens medieforvaltnings vedtak i slike saker vil være endelige, jf. at NRKs vedtak i slike saker er førsteinstansvedtak.

Konklusjon: Departementet foreslår at behandling av klagesaker om kringkastingsavgift delegeres til Statens medieforvaltning, jf. utkastet § 8-2.

3 Iverksetting

Flere av endringene vil innebære økonomiske og administrative konsekvenser for kringkasterne. Både TV2 og NRK har bedt departementet om overgangsregler.

Etter *departementets vurdering* bør reglene tre i kraft så snart som mulig. Vi vil i den forbindelse vise til at de fleste av de endringer som foreslås i høringsnotatet representerer oppfølging av vedtak fattet av Stortinget i desember 1999. Ut fra en vurdering av konsekvensene for berørte parter antar departementet at forskriften ikke bør tre i kraft før 1. oktober 2000, slik at overgangsregler neppe er nødvendig. Vi ber imidlertid særskilt berørte høringsinstanser om synspunkter på dette.

4 Hjemmel

Forskriftsendringene er i hovedsak hjemlet i kringkastingsloven §§ 2-1 andre ledd tredje punktum, 3-1 fjerde ledd og 3-4 sjette ledd.

Kringkastingsloven § 2-1 andre ledd tredje punktum lyder:

"Kongen kan gi forskrifter om konsesjonstildelingen og om konsesjonsvilkår, herunder om bruk og bortfall av konsesjon, om konsesjonsområder og eierskapsbegrensninger."

Kringkastingsloven § 3-1 fjerde ledd lyder:

"Kongen kan gi nærmere regler om utsending av, innholdet i, omfanget av og tilsynet med reklamesendinger".

Kringkastingsloven § 3-2 andre ledd lyder:

"Kongen kan i forskrift gi nærmere regler om plassering av reklameinnslag."

Kringkastingsloven § 3-4 sjette ledd lyder:

"Kongen gir i forskrift nærmere regler om sponning av kringkastingsprogrammer, herunder regler om sponning i Norsk rikskringkasting AS."

Kringkastingsloven § 6-4 fjerde punktum lyder:

"Kongen kan i forskrift gi nærmere regler om reklame i NRKs tekstfjernsyn".

Forslaget om delegering av klagekompetanse for saker om kringkastingsavgift, er hjemlet i forvaltningsloven § 28 tredje ledd. Etter denne bestemmelsen kan Kongen bl.a. fastsette klageregler som "...utfyller eller avviker fra reglene i dette kapittel."

5 Økonomiske og administrative konsekvenser

Forslaget til endringer i reglene vil ikke få administrative eller økonomiske konsekvenser av betydning for det offentlige. Statens medieforvaltning er i dag tillagt tilsynsansvaret for regelverket, med unntak av de saker som gjelder kringkastingsavgiften. Dette foreslås videreført med mindre justeringer. De foreslåtte endringene vil kun medføre ubetydelig økning i arbeidsbelastningen på feltet, og krever derfor ingen administrativ styrking av Statens medieforvaltning.

Begrensningene i hvilke kategorier program NRK kan motta tilskudd til, og begrensningene i hvordan sponsorer kan identifiseres, vil isolert sett trolig gjøre sponning av programmer i NRK mindre attraktivt. På den annen side har Stortinget opphevet beløpsbegrensningene for sponsorinntekter i NRK, slik at den samlede virkning av regelendringene neppe vil være negativ for selskapet.

Forbudet mot å identifisere sponsor med bevegelig bilde vil antakelig medføre et visst inntektstap for private aktører, sett i forhold til gjeldende regler.

For øvrig vil ikke forslagene innebære administrative eller økonomiske konsekvenser av betydning for private eller for det offentlige.

Vedlegg 1

UTKAST TIL FORSKRIFT OM ENDRING I FORSKRIFT 28. FEBRUAR 1997 NR. 153 OM KRINGKASTING

Fastsatt ved kgl. res med hjemmel i lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting (kringkastingsloven) § 2-1, § 3-1, § 3-2, § 3-4 og § 6-4 og lov 10. februar 1967 om behandlingsmåten i forvaltningssaker (forvaltningsloven) § 28. Fremmet av Kulturdepartementet.

I

I forskrift 28. februar 1997 nr. 153 om kringkasting gjøres følgende endringer:

§ 3-4 tredje ledd oppheves. Nåværende fjerde ledd blir nytt tredje ledd.

§ 3-6 nytt sjette ledd skal lyde:

Sider i tekstfjernsyn som har barn som målgruppe skal ikke inneholde reklame.

§ 3-10 første ledd skal lyde:

Dersom et program er sponset, skal det opplyses om dette ved inn- og/eller utannonseringen av programmet. *Statens medieforvaltning kan fastsette en beløpsgrense for når et program skal identifiseres som sponset.* Sponsor kan ikke identifiseres i program, i programtrailere, eller ved programavbrudd. Dette gjelder selv om programmet har pauser som det kan vises reklame i. Opplysninger om sponsor skal gis muntlig og/eller ved et ikke-bevegelig bilde av sponsors navn, varemerke eller logo.

§ 3-10 tredje ledd skal lyde:

Sponsoridentifisering kan ikke inneholde slagord, utsagn eller liknende selv om disse er en del av sponsors varemerke eller logo.

Ny § 3-13 skal lyde:

§ 3-13 Særlige regler om Norsk rikskringkasting AS

Sider i Norsk rikskringkasting AS' tekstfjernsyn som inneholder programoversikter skal ikke inneholde reklame.

Norsk rikskringkasting AS kan motta tilskudd fra sponsorer til:

- a. *sendinger som sendes direkte eller i opptak fra idrettsarrangement. NRK kan ikke motta tilskudd til sendinger fra andre idrettsprogram som ikke er rene sendinger fra idrettsarrangement.*
- b. *produksjon fra arrangement helt eller delvis i NRKs egen regi når programmet skal sendes til flere land eller er av samfunnsmessig interesse eller kulturell betydning; fortrinnsvis produksjoner fra sentrale nasjonale begivenheter.*
- c. *produksjon av undervisningsprogram som ikke er barne- og ungdomsprogram.*

Norsk rikskringkasting AS kan ikke motta tilskudd fra sponsorer til andre typer program enn det som følger av andre ledd.

Tidligere § 3-13 blir ny § 3-14, og skal lyde:

§ 3-14 Forholdet til tekstfjernsyn

Med unntak for §§ 3-4, 3-6 og 3-13 første ledd gjelder bestemmelsene i dette kapittel ikke tekstfjernsyn.

Tidligere § 3-14 blir ny § 3-15, og skal lyde:

§ 3-15 Tilsyn med reklame- og sponsesendinger

Forbrukerombudet fører tilsyn med reklame i henhold til regler gitt i loven § 3-1 andre ledd, og forskriften § 3-4 andre ledd og § 3-6. De forvaltningsorgan som fører tilsyn med reklameforbud i henhold til andre bestemmelser i norsk lov fører tilsyn med forskriften § 3-4 første ledd.

Statens medieforvaltning fører tilsyn med at øvrige regler overholdes.

§ 7-9 tredje ledd skal lyde:

Dersom konsesjonærene ikke kommer til enighet om sendetidsfordeling, kan hver av partene bringe tvisten inn for Statens medieforvaltning, som kan fatte vedtak om fordelingen. *Ved vedtak om sendetidsfordeling skal det bl.a. tas hensyn til konsesjonærenes behov for kontinuitet i driften, ønske om sendetid mellom kl 06.00 og 18.00 og at nye konsesjonærer gis mulighet til å etablere seg.* Statens medieforvaltning kan ved fastsettelse av sendetiden for en ny konsesjonsperiode endre sendetidsfordelingen i forhold til forrige konsesjonsperiode. *Etter at sendetiden for konsesjonsperioden er fastsatt i henhold til første eller dette ledd, kan en konsesjonær ikke fratas sendetid i et nytt vedtak om sendetidsfordeling i samme konsesjonsperiode.* Inntil vedtak om sendetidsfordeling for konsesjonsperioden foreligger, plikter konsesjonærene å følge den sendetidsfordeling flertallet av konsesjonærer går inn for. Ved stemmelikhet hos konsesjonærene og i saker om ny sendetidsfordeling i en konsesjonsperiode kan Statens medieforvaltning fastsette midlertidig fordeling som gjelder inntil Statens medieforvaltning har fattet vedtak om sendetidsfordeling etter dette ledd.

Ny § 8-2 skal lyde:

§ 8-2 Klageinstans i saker om kringkastingsavgift

Statens medieforvaltning er klageinstans i saker som omfattes av forskrift 23. oktober 1980 nr. 8798 om fjernsynsmottakere.

II

Forskriften trer i kraft 1. oktober 2000.

¹ Til grunn for vedtakene ligger Innst. O. nr. 14 (1999-2000) jf. Ot. prp. nr. 55 (1998-99) om rammene for den forretningsmessige virksomheten i Norsk rikskringkasting AS, og Innst. O. nr. 15 (1999-2000), jf. Ot. prp. nr. 63 (1998-99) om sponning i kringkasting

Høringsinstanser

Arbeids- og administrasjonsdepartementet
Barne- og familiedepartementet
Finansdepartementet
Justisdepartementet
Kirke-, utdannings- og forskningsdepartementet
Kommunal- og regionaldepartementet
Nærings- og handelsdepartementet
Samferdselsdepartementet
Sosialdepartementet
Allmennkringkastingsrådet
Barneombudet
Forbrukerombudet
Forbrukerrådet
Institutt for Journalistikk
Institutt for medier og kommunikasjon
Institutt for rettsinformatikk
Kringkastingsringen
Kristelig kringkastingslag
Norges Idrettsforbund
Norsk Forbund for LokalTV
Norsk journalistlag
Norsk Kabel-TV-forbund
Norsk kulturråd
Norsk lokalradioforbund
Norsk redaktørforening
Norske avisers landsforening
Norske film- og TV-produsenters forening
Norsk rikskringkasting AS
Norske annonsørers forbund
Norsk presseforbund
P4 Radio Hele Norge AS
Reklamebyråforeningen
Statens medieforvaltning
TV 2 AS
TV 3 AS (Norge)
TVNorge AS