

## BESLUT

2017-11-27

Dnr: 17/01403

### SAKEN

*Opinion live*, SVT1, 2017-05-18, direktsänt debattprogram i krogmiljö; fråga om otillbörligt gynnande

### BESLUT

Programmet fälls. Granskningsnämnden anser att det innebar ett otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.

### SÄRSKILD AVGIFT

Nämnden beslutar att ansöka hos förvaltningsrätten om att Sveriges Television AB ska betala en särskild avgift.

---

### PROGRAMMET

*Opinion live* är ett debattprogram som vanligtvis sänds från en studio, men som vid det aktuella tillfället direktsändes från en krog. Under programmets gång ledde de två programledarna debatter och diskussioner om aktuella ämnen. Debatterna och diskussionerna fördes vid ett större bord med programmets namn på och vid en bardisk. Vid de tillfällen diskussionen skedde vid bardisken syntes från och till ett varumärke på en skylt på en barkyl och flera varumärken på dryckeskranar.

Halvvägs in i programmet diskuterades ämnet integration och strukturell diskriminering vid bardisken och en entreprenör intervjuades. När entreprenören förekom ensam i bild syntes bakom honom sex olika varumärken på dryckeskranarna över en stor del av bilden under sammanlagt cirka 15 sekunder. När en it-konsult därefter intervjuades på samma plats syntes bakom honom fyra olika varumärken på dryckeskranarna över en stor del av bilden under sammanlagt cirka 50 sekunder.

## ANMÄLAN

Anmälaren anser att programmet innehöll alkoholreklam eftersom ölvarumärken visades.

## PROGRAMFÖRETAGETS YTTRANDE

Sveriges Television (SVT) anser att programmet överensstämmer med bestämmelsen om otillbörligt gynnande och anför i huvudsak följande.

I syfte att ytterligare stärka den publika närvaron och närheten i programmet gjordes under vårsäsongen ett försök att sända från en mer öppen sändningsplats. Avsikten var att fler personer och personer som i vanliga fall inte sökte till att medverka som publik i studion skulle kunna delta, samt att utforska om en autentisk miljö därmed även kunde bidra till innehållet.

Sändningen var alltså en skarp pilotsändning för att se om det fanns publicistiska värden i att sända från en sådan sändningsplats istället för studion.

Ett av kraven på sändningsplatsen var att den skulle vara öppen för allmänhet sent på kvällen (kl. 22) då programmet sänds. Detta reducerade urvalet speciellt då kravet också var att där skulle finnas en naturlig och icke-regisserad publik som kunde välja att medverka i programmet. Ett annat krav på sändningsplatsen var att där skulle finnas flera olika autentiska sändningsplatser.

En av sändningsplatserna i den valda lokalen var baren. Det bedömdes att namn på kranar, flaskor och kyl inte skulle komma i fokus de gånger som baren skulle synas, dels på grund av att namnen skulle synas otydligt på avstånd, dels för att det var ett stort antal olika namn. I det fall ett namn skulle synas skulle det inte ha lyfts fram framför ett annat. Variationen och det stora antalet namn motverkade alltså i sig fokusering på enskilda namn och utgjorde en genuin verklig scenografi.

SVT anser att det måste vara möjligt att sända från olika verkliga miljöer, eller att konstruera verklighetstroga miljöer, när syftet är att uppnå ett publicistiskt eller annat viktigt värde. I det här fallet var syftet att få en publik som annars kanske inte söker sig till programmet samt att få sända från en naturlig och befintlig miljö.

Första gången baren syntes i bild var cirka 15 minuter och 42 sekunder in i programmet. Bilder från baren återkom sedan ett antal gånger. Generellt var de olika namnen på flaskorna och dryckeskranarna vid disken små och inte läsbara. Vid något tillfälle kunde några namn synas närmare, men i de flesta fall var dessa inte fullt läsbara. Inget enskilt märke framhövdes eller omnämndes.

## **AKTUELLA BESTÄMMELSER**

Ett program som inte är reklam får inte på ett otillbörligt sätt gynna kommersiella intressen. Det får inte uppmuntra till inköp eller hyra av varor eller tjänster eller innehålla andra säljfrämjande inslag, eller framhäva en vara eller tjänst på ett otillbörligt sätt (5 kap. 5 § radio- och tv-lagen). Ett gynnande av ett kommersiellt intresse är otillbörligt om det inte kan motiveras av något informations- eller underhållningsintresse.

När inspelningen eller sändningen av ett program eller inslag sker under förhållanden som programföretaget helt råder över och exponeringen inte kan motiveras redaktionellt ställs särskilda krav på restriktivitet med exponering av varumärken. Av betydelse för bedömningen är också om de programansvariga före sändning uppmärksammat eller borde uppmärksammat att det förekom varumärken i inspelningsmiljön eller på de medverkandes klädsel.

Vid överträdelser av bestämmelser om annonser, sponsring, produktplacering och otillbörligt gynnande av kommersiella intressen kan granskningsnämnden ansöka hos förvaltningsrätten om att programföretaget ska betala en särskild avgift (17 kap. 5 § och 19 kap. 4 § radio- och tv-lagen).

## **GRANSKNINGSNÄMNDENS BEDÖMNING**

Granskningsnämnden konstaterar att varumärket på skylten på barkylen förekom centralt i bild flera gånger under längre sekvenser och att texten syntes tydligt. Även varumärkena på dryckeskranarna exponerades under vissa sekvenser i samband med de intervjuer som ägde rum vid bardisken. Trots att varumärkena framstod som något suddiga var det lätt att urskilja dem och de exponerades över en stor del av bilden.

Enligt nämndens mening borde det ha varit möjligt för SVT att utforma programmet på ett sådant sätt att en del av denna exponering undveks. Nämnden anser att det uppkom ett otillbörligt gynnande genom exponeringen av varumärkena under dessa sekvenser. Programmet strider därför mot bestämmelsen i 5 kap. 5 § radio- och tv-lagen.

## **SÄRSKILD AVGIFT**

Granskningsnämnden beslutar att ansöka hos förvaltningsrätten om att SVT ska påföras en särskild avgift för överträdelsen av bestämmelsen om otillbörligt kommersiellt gynnande. Nämnden anser att överträdelsen motiverar en avgift om 50 000 kr.

Detta beslut har fattats av Kristina Ståhl, Jan Holmberg, Ulrika Hansson, Clas Barkman (skiljaktig), Berivan Yildiz, Staffan Dopping och Bo-Erik Gyberg efter föredragning av Anna Olsson.

På granskningsnämndens vägnar

Kristina Ståhl

Anna Olsson

### **SKILJAKTIG MENING**

Ledamoten Clas Barkman är skiljaktig. Han anser att programmet borde frias och att granskningsnämndens bedömning borde ha följande lydelse.

*Opinion Live* hade vid detta tillfälle valt att lämna de ordinarie studio-lokalerna för att stärka den publika närvaron och istället att sända från en offentlig miljö – i detta fall en krog i Göteborg. I sändningen från restaurangen visades flera gånger mer eller mindre suddiga varumärken på bland annat barkylen och dryckeskranarna i bildsekvenser av varierande längd. Enligt granskningsnämnden kunde bildutsnittet ha varit mer återhållsamma för att minska den eventuella risken för varumärkes-exponering, men nämnden beaktar att varumärkena var en del av den autentiska fysiska miljön som SVT inte helt och hållet rådde över. Programmet strider därför inte mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen.