



TV-direktivet

Utbildnings- och kulturdepartementet

2006-01-30

Dokumentbeteckning

COM(2005) 646 final

Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities

Sammanfattning

Kommissionen beslutade den 13 december 2005 om ett förslag till revidering av rådets direktiv 89/552/EG, det s.k. TV-direktivet. En stor förändring som föreslås är att direktivets tillämpningsområde utökas till att omfatta inte bara traditionella TV-sändningar utan alla audiovisuella medietjänster. Kommissionen vill införa en graderad reglering med en grundläggande minimireglering för alla audiovisuella medietjänster och därutöver mer detaljerad reglering av traditionella TV-sändningar. Reklamreglerna för TV-sändningar, bl.a. regler för reklamavbrott i sändningar och produktplacering, föreslås dock liberaliseras.

För Sverige är den europeiska regleringen av transnationella TV-sändningar av stor betydelse. Sverige verkar för en ambitiös reglering av reklam innehåll i TV-sändningar både på europeisk nivå och nationellt. De viktigaste frågorna för Sverige är därför hur jurisdiktionsbestämmelserna i direktivet utformas och vilka minimiregler som kommer att gälla för reklam innehåll i TV-sändningar på europeisk nivå. Det är också viktigt att de regler som införs för nya tjänster inte hämmar framväxten av sådana tjänster.

1.1 Innehåll

Det reviderade direktivet föreslås få ett större tillämpningsområde och omfatta alla audiovisuella medietjänster. Audiovisuella medietjänster definieras som tjänster i enlighet med fördraget, dvs. innefattar ekonomisk aktivitet av något slag. Tjänstens främsta syfte skall vara att förmedla rörliga bilder med eller utan ljud, de skall vara riktade mot allmänheten och sändas genom elektroniska nätverk. Detta innebär att såväl *linjära* audiovisuella tjänster (traditionella TV-utsändningar som det nuvarande direktivet omfattar) som *icke-linjära* audiovisuella tjänster (audiovisuella tjänster som inte är schemalagda, utan startas på tittarens egen begäran, t.ex. video on demand) kommer att omfattas.

En graderad lagstiftning föreslås där ett antal basregler skall gälla för alla audiovisuella medietjänster, oavsett om de är icke-linjära eller linjära. Bland annat föreslås regler för skydd av minderåriga, främjande av europeisk produktion och grundläggande regler för reklam innehåll, t.ex. identifiering av annonser och restriktioner för reklam för tobak, medicin och alkohol.

För traditionella TV-sändningar föreslås en mer omfattande reglering, men i förhållande till det nuvarande direktivets reklamregler innebär förslagen en förenkling och liberalisering. I första hand gäller detta bestämmelser om hur och när reklamavbrott får placeras i programmen. I det nuvarande direktivet är huvudregeln att reklam och köp-TV-inslag skall infogas mellan programmen förutom i vissa särskilt angivna fall. För de allra flesta av de program som får avbrytas av reklam gäller dock att det måste gå minst 20 minuter mellan reklaminslagen. Denna huvudregel tas bort, kvar finns endast en skrivning om att avbrotten skall infogas i program så att varken programmets integritet och värde eller innehavarnas rättigheter kränks. För filmer gjorda för TV (utom TV-serier, lätta underhållningsprogram och dokumentärer), biografilm, barnprogram och nyheter föreslås nya avbrottsregler. Sådana program får avbrytas en gång för varje period om 35 minuter. Inga avbrott för reklam tillåts i utsändning av gudstjänster.

Kommissionens förslag innebär att det införs regler som tillåter produktplacering förutsatt att den redaktionella självständigheten inte påverkas, att den inte innehåller direkta köpuppsmaningar och att tittarna på informeras om att produktplacering förekommer. I nyhetsprogram och barnprogram får ingen produktplacering förekomma.

En ny regel införs också för att säkerställa att TV-företag och deras mellanhänder (t.ex. nyhetsbyråer) inte blir helt utestängda i de fall där en annan medlemsstats TV-företag har givits exklusiva rättigheter till ett evenemang.

De grundläggande jurisdiktionsreglerna (se förklaring i 3.3.) i direktivet ändras inte. En ny kompletterande regel föreslås med innebörden att en medlemsstat i syfte att motverka missbruk eller olagligt beteende, har möjlighet att vidta åtgärder mot den som tillhandahåller medietjänster och är etablerad i en annan medlemsstat. Detta tillåts i de fall där tillhandahållaren riktar hela eller merparten av sin aktivitet mot den första medlemsstatens territorium.

1.2 Gällande svenska regler och förslagets effekt på dessa

De nuvarande svenska innehållsreglerna för TV-sändningar finns i radio- och TV-lagen. Direktivets regler är inte harmoniserande utan anger en miniminivå. Medlemsstaterna har därför möjlighet att nationellt ha strängare regler.

Lagstiftning måste införas som medför att samtliga föreslagna basregler kommer att gälla för alla icke-linjära audiovisuella medietjänster. Det finns en viss risk, om än mindre påtaglig, för att någon eller några av dessa regler inte kan genomföras i svensk rätt utan grundlagsändring (yttrandefrihetsgrundlagen). Det sägs dock i direktivet (se skäl 9) att det inte på något sätt hindrar medlemsstaterna från att tillämpa sina konstitutionella regler för press- och yttrandefrihet.

Den reglering som föreslås för att säkerställa att TV-företag och deras mellanhänder inte blir helt utestängda i de fall där en annan medlemsstats TV-företag har givits exklusiva rättigheter till ett evenemang, kan ha beröring med lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk (upphovsrättslagen). I upphovsrättslagen regleras bl.a. frågan om information om dagshändelser genom ljudradio och television. Om förslaget medför att den svenska regleringen måste ändras bör denna ändring i första hand ske i upphovsrättslagen.

1.3 Budgetära konsekvenser

De föreslagna ändringarna förväntas endast medföra marginella kostnadsökningar för myndigheterna och ska således rymmas inom befintliga finansiella ramar. Det är osäkert hur ändringarna totalt sett kommer att påverka företagen.

2 Ståndpunkter

2.1 Svensk ståndpunkt

Sverige kan acceptera ett utökat tillämpningsområde för direktivet under förutsättning att de innehållsregler som föreslås inte kommer i konflikt med svensk grundlag och inte heller hämmar framväxten av nya icke-linjära tjänster.

Sverige anser att direktivets jurisdiktionsregler behöver ses över så att det blir möjligt för medlemsstaterna att upprätthålla en mer ambitiös nationell lagstiftning när det t.ex. gäller reklamregler för sändningar som riktar sig direkt till den svenska TV-publiken.

Sverige kommer också att verka för europeiska regler som upprätthåller en god balans mellan en ambitiös reglering för TV-sändningar i syfte att skydda tittare och rättighetshavare och TV-företagens behov av grundläggande finansiering. Det är i det sammanhanget viktigt att reglerna för reklam riktad mot barn utformas tydligt och med en restriktiv inriktning.

2.2 Medlemsstaternas ståndpunkter

Sverige och 12 andra medlemsstater har i två skrivelser till kommissionen lyft frågan om behovet av en översyn av direktivets jurisdiktionsregler.

2.3 Institutionernas ståndpunkter

Europaparlamentet har vid upprepade tillfällen efterlyst ett reviderat direktiv där också TV-sändningar som sker på begäran omfattas. Man har också efterlyst regler om mediekoncentration i direktivet.

2.4 Remissinstansernas ståndpunkter

Vid samrådsmöten har olika intressenter fått tillfälle att ge sina synpunkter på direktivet. De kommersiella TV-företagen liksom konsumentorganisationerna stödjer kommissionens förslag om ett utökat tillämpningsområde och menar att samma innehåll bör regleras lika oavsett utsändningssätt. När det gäller liberalisering av reklamregler är TV-företagen mycket positiva medan konsumentorganisationerna ser risker för konsumentskyddet. De kommersiella TV-företagen är även positiva till direktivets jurisdiktionsregel (se 3.3.) medan fack- och

konsumentorganisationer menar att denna gör det svårt att upprätthålla nationell lagstiftning när det t.ex. gäller regler för reklam innehåll i TV-sändningar. Konsumentorganisationerna är också oroad över den föreslagna liberaliseringen av direktivets minimiregler för reklam i TV-sändningar. Sveriges Television AB framhåller risken med att tillåta produktplacering i direktivet. Svenska rättighetshavare menar att direktivets regler för reklamavbrott snarare bör skärpas än liberaliseras.

3 Övrigt

3.1 Fortsatt behandling av ärendet

Förhandlingar om kommissionens förslag till reviderat direktiv har i januari påbörjats i den audiovisuella rådsarbetsgruppen. Förslaget kommer att diskuteras första gången vid rådsmötet i mitten av maj.

3.2 Rättslig grund och beslutsförfarande

Artiklarna 47.2 och 55. Beslutsförfarande enligt artikel 251, dvs rådet fattar beslut med kvalificerad majoritet och medbeslutandeförfarande med Europaparlamentet gäller.

3.3 Fackuttryck/termer

Jurisdiktion – rätt att utöva rättskipning och döma. Jurisdiktionsbestämmelserna i direktivet syftar till att bestämma vilken medlemsstat som har befogenhet och skyldighet att reglera en utsändningstjänst.

Sändarlandsprincipen – innebär att en utsändningstjänst skall regleras i det land varifrån den kommer.