



JURIDISKA FAKULTETEN  
vid Lunds universitet

Mattias Wande

Marknadsföring inom den audiovisuella  
sektorn och en europeisk television  
utan gränser –  
TV-direktivets betydelse för svenska  
reklamregleringar

Examensarbete  
20 poäng

Carl-Michael Quitzow

Medierätt/EG-rätt

Vt-02

# Innehåll

<b>SAMMANFATTNING</b>	<b>1</b>
<b>FÖRKORTNINGAR</b>	<b>3</b>
<b>1 INLEDNING</b>	<b>4</b>
1.1 Bakgrund	4
1.2 Syfte	4
1.3 Problemställning	4
1.4 Avgränsningar	5
1.5 Material	5
1.6 Uppsatsens disposition	5
<b>2 SVENSK RÄTT</b>	<b>7</b>
2.1 Bakgrund	7
2.2 Yttrandefrihet	8
2.2.1 Bakgrund	8
2.2.2 Yttrandefrihetsgrundlagen och tryckfrihetsförordningen	8
2.2.2.1 Etableringsfrihet	9
2.2.2.1.1 Analog marksändning	9
2.2.2.1.2 Digital marksändning	9
2.2.2.1.3 Satellitsändning	9
2.2.2.1.4 Kabelsändning	10
2.2.2.2 Inskränkningar i yttrandefriheten	10
2.2.3 Medieutvecklingens betydelse för YGL	10
2.2.4 Kommentarer	11
2.3 Radio- och TV-lagen	11
2.3.1 Bakgrund	11
2.3.2 Tillämpningsområde för RTVL	12
2.3.3 Jurisdiktion över TV-sändningar	13
2.3.3.1 Kringgående av nationell TV-lagstiftning	14
2.3.3.2 Kontroll	15
2.3.4 Marknadsföring	16
2.3.5 Kommentarer	19
2.4 Nya medier	20
2.4.1 Digital TV	20
2.4.2 IP-TV	22
2.4.3 Kommentarer	22
2.5 Konvergens inom mediemarknaden	22

2.5.1	Bakgrund	22
2.5.2	Kommentar	23
<b>2.6</b>	<b>Avslutande kommentar till det svenska avsnittet</b>	<b>24</b>
<b>3</b>	<b>EG-RÄTT</b>	<b>25</b>
<b>3.1</b>	<b>Bakgrund</b>	<b>25</b>
3.1.1	Allmän EG-rätt	25
3.1.2	Audiovisuell politik	26
3.1.3	Fri rörlighet för tjänster och etablering	27
3.1.4	Kommentar	30
<b>3.2</b>	<b>Yttrandefrihet</b>	<b>30</b>
<b>3.3</b>	<b>“Television utan gränser”-direktivet</b>	<b>31</b>
3.3.1	Bakgrund	31
3.3.2	Tillämpningsområde för TV-direktivet	32
3.3.3	Jurisdiktion över TV-sändningar	33
3.3.3.1	Kringgående av nationell TV-lagstiftning	34
3.3.3.2	Regler för nationella TV-företag	36
3.3.3.3	Hindra återsändningar	36
3.3.3.4	Kontroll och upprätthållande av direktivet	37
3.3.4	Marknadsföring	37
3.3.4.1	TV-reklam och köp-TV	37
3.3.4.2	Sponsring	40
3.3.4.3	Utvecklingen av marknadsföringsregleringarna	40
3.3.5	Främjande av distribution och produktion av europeiska produktioner	42
3.3.6	Sändning av “viktiga evenemang” i fri TV	42
3.3.7	Kommentar	43
<b>3.4</b>	<b>Nya medier</b>	<b>44</b>
3.4.1	Digital TV	46
3.4.2	TV-standarder	45
3.4.3	Kommentar	46
<b>3.5</b>	<b>Konvergens inom mediemarknaden</b>	<b>46</b>
3.5.1	Bakgrund	46
3.5.2	Kommentar	47
<b>3.6</b>	<b>Avslutande kommentar till EG-avsnittet</b>	<b>47</b>
<b>4</b>	<b>ANALYS</b>	<b>51</b>
<b>4.1</b>	<b>Marknadsföring</b>	<b>51</b>
<b>4.2</b>	<b>Nya medier och konvergens</b>	<b>52</b>
<b>4.3</b>	<b>Avslutning</b>	<b>52</b>
	<b>LITTERATURFÖRTECKNING</b>	<b>54</b>
	<b>RÄTTSFALLSFÖRTECKNING</b>	<b>59</b>

# Sammanfattning

Utvecklingen inom den audiovisuella sektorn går snabbt. När TV började sändas i Sverige var det endast möjligt att ta emot den statliga kanal som fanns tillgänglig. Idag kan man genom olika tekniker, t.ex. satellit- och digitaltekniken, ta emot flera hundra kanaler, både statliga och kommersiella, från hela världen. Teknikutvecklingen strävar efter att göra det lättare och snabbare att ta emot fler kanaler.

Det har i Sverige ansetts viktigt att reglera TV-marknaden av flera skäl. Ett av de främsta skälen är TV-mediets starka genomslagskraft. I princip hela svenska folket har tillgång till TV, vilket medför att inslag sända på TV lättare når ut till en stor publik och lättare får stort genomslag än inslag förmedlade via andra medier.

Marknadsföringen inom den audiovisuella sektorn ökar mer och mer. Det finns nu s.k. köp-TV kanaler som enbart sänder annonser. Det var tidigare inte tillåtet att sända reklam i svensk TV, men 1991 blev TV4 den första marksända TV-kanalen i Sverige med denna rättighet. Konsumenter i allmänhet, och barn i synnerhet, har man ansett behöver skyddas från alltför stark påverkan från marknadsföringssektorn. Därför har reklamregleringarna varit mycket restriktiva vad gäller mängden reklam i TV och vad som får visas. Det är exempelvis förbjudet att sända reklam riktad till barn under 12 år. EU-medlemskapet har emellertid medfört att Sverige styrs av en något annorlunda audiovisuell politik än tidigare, vilket medför nya regleringar.

1995 började det s.k. TV-direktivet gälla i Sverige. Syftet med direktivet är bl.a. att skapa fri rörlighet för TV-sändningar inom EU. Detta innebär bl.a. att program sända från andra EU-stater hamnar under den medlemsstats jurisdiktion i vilken de är etablerade. Svenska myndigheter kan bara kontrollera de program som sänds av programföretag etablerade i Sverige. Kanaler som riktar sig till en svensk publik med svenska programledare och svensk reklam men som sänds av kanaler etablerade i andra EU-stater kan alltså inte kontrolleras av svenska myndigheter. Däremot är det naturligtvis så att en TV-sändning som sänds av ett programföretag etablerat i en EU-stat kontrolleras av myndigheterna i den staten. Programföretaget måste alltså följa denna medlemsstats lagar, och dessa får inte vara mindre restriktiva än TV-direktivets bestämmelser.

Internationaliseringen och inte minst teknikutvecklingen underlättar för kanaler som sänder program riktade till den svenska marknaden men som inte vill hamna under svensk jurisdiktion. Digital-TV-utvecklingen kan bl.a. komma att innebära att kommersiella programföretag som tidigare haft en begränsad publik, p.g.a. den teknik de sänts med, nu kommer att kunna nå hela den svenska TV-publiken.

Sverige har under de senaste åren mer och mer närmat den svenska TV-lagstiftningen till TV-direktivets minimiregleringar. Reklamavbrott var tidigare inte tillåtna under TV-program, men sedan april 2002 är det nu tillåtet att göra avbrott för reklam i TV-sändningar. Detta för att skapa så likvärdiga konkurrensförutsättningar som möjligt för kanaler etablerade i Sverige och kanaler etablerade i andra EU-stater.

TV-direktivet är nu (2002) under revision för att det skall undersökas hur direktivet hittills har fungerat och om det behöver förändras. En viktig aspekt vad gäller behovet av förändring är konvergensen. När olika medier smälter samman kan det ibland vara svårt att avgöra vad som hör till vilket medium. Det kan vara svårt att avgöra vad som är en TV-sändning och vad som bara är en s.k. ”individuell begäran” och som inte faller in under TV-regleringarna. Marknadsföring i digital TV kan därför hamna under olika regleringar beroende på hur konsumenten erhåller informationen. Den tekniska utvecklingen är svår att förutsäga. När tekniken förändras så snabbt att den kan vara helt utbytt inom endast några år är det svårt att reglera den. Detaljregler kan bli inaktuella inom en kort tid, och alltför vaga regler blir tandlösa. Det pågår diskussioner inom EU om att skilja åt innehåll och sändning regleringsmässigt sett för att överbrygga det problemet. Regleras marknadsföringen för sig blir bestämmelserna aktuella oberoende av medium som reklamen sänds i. Det kan bli aktuellt med en sådan ändring under revisionen av direktivet.

En dynamisk sektor som den audiovisuella är alltså svår att reglera. Internationaliseringen gör att flera intressen måste vägas samman i bestämmelserna. Sverige har som EU-stat att följa vad EU beslutar men har också möjligheten att påverka dessa beslut. EU:s audiovisuella politik har betydelse för reklam som sänds i svenska TV-kanaler och Sverige har möjligheten att påverka den. När TV-marknaden europeiseras krävs ett starkare samarbete mellan de olika parterna.

# Förkortningar

CMLR	Common Market Law Report
CML Rev	Common Market Law Review
Ds	Departementsserien
EES	Europeiska ekonomiska samarbetsområdet
EG	Europeiska gemenskapen
EGT	Europeiska gemenskapens officiella tidning
EU	Europeiska unionen
HD	Högsta domstolen
IP	Internet Protocol
ITC	Independent Television Commission
JK	Justitiekanslern
JT	Juridisk tidskrift vid Stockholms universitet
KO	Konsumentombudsmannen
KTH	Kungliga tekniska högskolan
MFL	Marknadsföringslag
NVOD	Near-video-on-demand
RF	Regeringsform
RTVL	Radio- och TV-lag
RTVV	Radio- och TV-verket
SOU	Statens offentliga utredningar
SVT	Sveriges television
TF	Tryckfrihetsförordning
UR	Sveriges utbildningsradio AB
VOD	Video-on-demand
YGL	Yttrandefrihetsgrundlag

# 1 Inledning

## 1.1 Bakgrund

En stark reglering av massmedierna i Sverige har setts som viktig av flera skäl. Bl.a. har det ansetts finnas ett behov av att kontrollera det audiovisuella mediets starka genomslagskraft genom lag. Det är också så att det som sänds i TV når en större del av befolkningen än det som sänds i andra medier och vissa program kan utgöra väldigt starka opinionsbildare. Med allt fler kommersiella kanaler i eteren når alltmer reklam ut till allmänheten. Ur konsumentsynpunkt blir det därmed även viktigt att kontrollera marknadsföringen i TV. Sverige har en, med hänsyn till övriga EU-länder, mycket strikt reglering av marknadsföring genom TV. TV-direktivet harmoniserar marknadsföringsreglerna för televisionen inom EU och detta påverkar givetvis Sveriges förhållande till reklam. När nu direktivet skall ses över under år 2002 och nya tekniker blir aktuella inom den audiovisuella sektorn blir det än viktigare att de regleringar som finns är kompatibla med den dynamiska marknaden. Digital-TV:s framväxt och nya tekniker som Near-video-on-demand gör att lagarna måste vara uppdaterade för att man skall kunna uppnå de syften man har med dessa.

## 1.2 Syfte

Syftet med undersökningen är att studera den medierättsliga lagstiftningen ur ett EU-perspektiv och undersöka vissa problem och frågor inom denna lagstiftning. I ett medielandskap där alltmer av både produktion och distribution inom media rör sig allt friare inom EU blir det allt viktigare att studera media ur ett vidare perspektiv. Även om en TV-kanal sänder program i Sverige är det inte säkert att svenska myndigheter har möjlighet att kontrollera vad de sänder. Det kan innebära problem vad gäller vissa specifika områden, t.ex. reklambestämmelserna där Sverige har bland de ”striktaste” regleringarna inom EU. Jag kommer att studera problem som kan uppstå inom den audiovisuella sektorn och se hur dessa kan undvikas eller lösas, särskilt med hänsyn till revisionen av TV-direktivet och framtida lagstiftning.

## 1.3 Problemställning

Jag kommer framförallt att inrikta mig på frågan: Hur påverkas svensk nationell medierätt av den europeiska utvecklingen inom media och översynen av TV-direktivet, särskilt med hänsyn till TV-reklam?

## 1.4 Avgränsningar

Att behandla alla de områden som blir aktuella vid en granskning av medierna är en omfattande uppgift. Jag har därför valt att inrikta mig på de områden som är särskilt intressanta och av avgörande betydelse för att uppfylla syftet med undersökningen. De tre huvudområden jag valt att studera närmare är a) relevant medielagstiftning, i det här fallet yttrandefrihetsregleringar, radio- och TV-lagen och TV-direktivet, b) de nya medierna och främst utvecklingen av digital-TV, c) konvergensen inom mediemarknaden, som kan vara avgörande för hur olika sändningar definieras och vilken typ av reglering som blir tillämpbar på dessa.

Andra områden, som konkurrensproblematiken, har jag inte ansett vara av avgörande vikt för syftet med denna uppsats.

## 1.5 Material

Den litteratur som behandlar TV-direktivet och/eller medierätt ur ett EU-perspektiv är föga omfattande. Detta gäller i synnerhet sådan litteratur som behandlar områdena ur en aktuell synvinkel, med hänsyn till den snabba utveckling som sker idag. Vad gäller EU-materialet är den hemsida som generaldirektoratet för kultur och utbildning har [http://www.europa.eu.int/comm/avpolicy/index\\_en.htm](http://www.europa.eu.int/comm/avpolicy/index_en.htm), till stor hjälp. Där finns det mesta som rör audiovisuell politik inom EU.

Svenskt material finns främst i offentliga utredningar och annat offentligt tryck.

## 1.6 Uppsatsens disposition

Uppsatsen inleds med ett avsnitt om nationell svensk rätt. Jag ger först en kort introduktion till yttrandefrihetsregleringarna, p.g.a. dessas vikt för det fria ordet i samhället men också p.g.a. deras vikt för avgörandet av vilken lagstiftning som blir tillämpbar på reklambestämmelser i vissa fall. Därefter följer ett avsnitt om svensk radio- och TV-lagstiftning i vilket reklamregleringarna går igenom mer utförligt. I de två följande delarna går jag igenom medieutvecklingen i Sverige och behandlar digital-TV och konvergensen inom svenska medier. Den svenska delen avslutar jag med en sammanfattande kommentar till betydelsen av de olika delarna i ett framtida perspektiv.

EU-avsnittet följer samma uppdelning som det svenska. Först går jag allmänt igenom de delar av EG-rätten som är relevanta för mediesektorn, bl.a. den fria rörligheten för tjänster. Sedan följer en mer ingående beskrivning av TV-direktivet och särskilt dess reklamregleringar. I de följande delarna tar jag upp medieutvecklingen med hänsyn till nya medier



och konvergens. Jag avslutar EU-delen med en avslutande kommentar till betydelsen för den framtida medieutvecklingen.

EG-rätten är sedan Sverige gick med i EU även svensk rätt, vilket gör att de två delarna i många fall överlappar med varandra. Jag vill emellertid visa på de skillnader som finns dels i lagstiftning och dels i politiskt synsätt och har därför valt att dela upp dessa områden i olika avsnitt.

I det sista avsnittet för jag slutligen ihop delarna, plockar ut det mest relevanta för att sammanfatta och analysera materialet och för att slutligen besvara huvudfrågan: Hur påverkas svensk nationell medierätt av den europeiska utvecklingen inom media och översynen av TV-direktivet, särskilt med hänsyn till TV-reklam?

## 2 Svensk rätt

### 2.1 Bakgrund

Det svenska medielandskapet har under de senaste 16 åren genomgått en mycket omfattande förändring. 1985 fanns endast två statligt finansierade riksomfattande TV-kanaler. Sedan dess har det tillkommit en mängd kommersiella kanaler som särskilt vänder sig till den svenska publiken. Därutöver finns det tillgång till ytterligare ett stort antal kanaler från hela världen via satellit och kabel. Sändningsfrekvenser är en begränsad resurs och tillgången på sådana frekvenser sätter därmed en gräns för hur många kanaler som kan distribueras. Den tekniska utvecklingen gör det emellertid möjligt att använda tillgängliga sändningsfrekvenser mer effektivt. Det blev ett faktum redan när satellitsändningar och vidaredistribution i olika kabelnät slog igenom. Sändningar med digitalteknik, som nu är under uppbyggnad i Sverige, tar mindre plats än analoga sändningar vilket innebär att det får plats fler kanaler i etern. Det analoga nätet kommer att bytas ut helt mot det digitala under de närmaste åren. Enligt förslag från regeringen kommer det att vara helt utbytt redan år 2007<sup>1</sup>.

Medielandskapets dynamiska struktur gör att översynen av regleringar för mediemarknaden är extra viktig, särskilt med tanke på konvergensen inom TV-marknaden och på EG-direktivet om gränsöverskridande television<sup>2</sup> (TV-direktivet) och en europeisk television utan gränser. I takt med teknikens utveckling och att det blir svårare och svårare att göra klara åtskillnader mellan vad som faller in under t.ex. TV-sändning och vad som räknas till interaktiva sändningar blir det samtidigt svårare att sätta gränser för vad som hamnar under olika rättsområden. Med TV-direktivet följer också att Sverige skall verka för ett fritt flöde av TV-sändningar. Annonser och reklam i TV harmoniseras partiellt i direktivet vilket påverkar den svenska, strikta hållningen till vissa typer av marknadsföring, särskilt marknadsföring riktad till barn.

Jag inleder det svenska medierättsavsnittet med en introduktion till relevanta yttrandefrihetsregleringar.

---

<sup>1</sup> SOU 2001:90, Digital TV – modernisering av marknätet, s. 22.

<sup>2</sup> Rådets direktiv 89/552/EEG om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television, ändrat genom Europaparlamentets och Rådets direktiv 97/36/EG om ändring av rådets direktiv 89/552/EEG om samordning av bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utövandet av sändningsverksamhet för TV; EGT L 202/60.

## 2.2 Yttrandefrihet

### 2.2.1 Bakgrund

Av de lagar som reglerar radio- och TV-sändningar innehåller regeringsformen<sup>3</sup> (RF) de mest grundläggande. I 1 kap. 1 § RF stadgas att fri åsiktsbildning är en av grundvalarna för den svenska folkstyrelsen. RF 2 kap. 1 § innehåller övergripande bestämmelser om opinionsfriheterna, däribland yttrandefrihet. I samma kapitel 12 och 13 §§ stadgas att yttrandefriheten får begränsas om det tillgodoser mål i ett demokratiskt samhälle.

### 2.2.2 Yttrandefrihetsgrundlagen och tryckfrihetsförordningen

Yttrandefriheten tas även upp i två speciallagar, yttrandefrihetsgrundlagen<sup>4</sup> (YGL) och tryckfrihetsförordningen<sup>5</sup> (TF). TF tar upp tryckta medier (böcker, tidningar m.m.) och YGL tar på motsvarande sätt upp radio, TV m.fl. icke tryckta medier. Lagarna är utformade på ett likartat sätt, men det är alltså YGL som särskilt reglerar yttrandefriheten i TV.

YGL är, enligt 1 kap. 1 § 1 st., tillämplig på ljudradio, television och vissa liknande överföringar, filmer, videogram, ljudupptagningar och andra tekniska upptagningar. TV-program skall vara riktade till allmänheten och vara avsedda att tas emot med tekniska hjälpmedel för att falla in under YGL:s tillämpningsområde enligt grundlagens 1 kap. 6 §. För att vara riktad till allmänheten krävs att sändningen skall vara riktad till vem som helst som önskar ta emot den utan särskild begäran från mottagaren. Traditionella TV-sändningar omfattas av grundlagen men sändningar som startas av mottagaren omfattas inte<sup>6</sup>.

Yttrandefriheten syftar till att säkerställa en fri åsiktspridning, ett fritt meningsutbyte samt allsidig upplysning enligt 1 kap. 1 § YGL. Förhandsgranskning är förbjudet enligt YGL:s 1 kap. 3 § då det råder censurförbud, men förbudet är inte absolut. Statens biografbyrå tillåts förhandsgranska bio- och videofilmer som skall visas offentligt.

Kommersiell information – reklam, skyddas inte fullt ut av yttrandefriheten. Reklam och begränsningar för marknadsföring regleras genom marknadsföringslagen<sup>7</sup> (MFL). För att avgöra vilket material som är

---

<sup>3</sup> Regeringsform (1974:152).

<sup>4</sup> Yttrandefrihetsgrundlag (1991:1469).

<sup>5</sup> Tryckfrihetsförordning (1949:105).

<sup>6</sup> Prop. 1990/91:64 om yttrandefrihetsgrundlag m.m., s. 109-110; jfr. Prop.1986/87:151 om ändringar i tryckfrihetsförordningen m.m., s. 164-165.

<sup>7</sup> Marknadsföringslag (1995:450).

grundlagsskyddat av YGL måste en gränsdragning göras mellan kommersiell information och icke-kommersiell information. Gränsdragningen måste ta fasta på budskapets syfte och innehåll. Informationen kan sägas ha ett kommersiellt syfte när den syftar till ekonomisk avsättning och vinning för annonsören. Innehållet kan sägas vara kommersiellt när meddelandet handlar om annonsörens affärsverksamhet. Är både syftet och innehållet kommersiellt skyddas inte informationen av YGL. Där kan istället MFL bli tillämplig. Vid tveksamma fall skall YGL och TF gå före<sup>8</sup>.

### **2.2.2.1 Etableringsfrihet**

En viktig princip i YGL, som tas upp i 3 kap. 1 § 1 st. är etableringsfriheten som innebär att varje svensk medborgare har rätt att sända televisionsprogram genom tråd. Etableringsfriheten är dock inte oinskränkt. Principen kan inte gälla fullt ut inom alla sändningsformer eftersom utrymmet i eteren är begränsat p.g.a. tekniska faktorer. I 3 kap. 2 § 1 st. YGL föreskrivs därför att rätten att sända program på annat sätt än genom tråd får regleras genom lag som innehåller föreskrifter om tillstånd och villkor för att sända. Sådana regler finns i radio- och TV-lagen<sup>9</sup> (RTVL).

#### **2.2.2.1.1 Analog marksändning**

Det begränsade frekvensutrymmet på frekvenser under 3 gigahertz gör sändningar i det analoga nätet tillståndspliktiga. Det är regeringen som meddelar sändningstillstånd enligt RTVL 2 kap. 2 §. Tre företag har tillstånd att bedriva analoga marksändningar i Sverige; Sveriges Television AB (SVT), Sveriges Utbildningsradio AB (UR) och TV4 AB<sup>10</sup>.

#### **2.2.2.1.2 Digital marksändning**

Ansökningar om tillstånd att sända i det digitala marknätet bereds av Radio- och TV-verket (RTVV). Det är för närvarande 12 programföretag som har sändningstillstånd<sup>11</sup>.

#### **2.2.2.1.3 Satellitsändning**

Satellitsändningar kräver inte sändningstillstånd. Däremot kan det under vissa förutsättningar krävas att satellitföretag skall registrera sig hos RTVV. Det är idag tio företag som är registrerade hos RTVV<sup>12</sup>.

Satellitsändningarna går över satellit, men i många fall skickas sändningarna även från satelliten ner i kabelnätet, s.k. vidareändringar i kabelnät.

---

<sup>8</sup> Prop. 1990/91:64, s. 90-94; jfr SOU 1983:70 Värna yttrandefriheten, Förslag av yttrandefrihetsutredningen, s. 232.

<sup>9</sup> Radio- och TV-lag (1996:844).

<sup>10</sup> Radio- och TV-verket, Medieutveckling 2002, s.93. Materialet finns att hämta på deras hemsida <http://www.rtvv.se>.

<sup>11</sup> Radio- och TV-verket, Medieutveckling 2002, s. 94.

<sup>12</sup> Radio- och TV-verket, Medieutveckling 2002, s. 106.

Yttrandefrihetsrättsliga regleringar är enligt YGL 1 kap. 6 § 2 st. tillämpliga på sådan massmedial sändningsverksamhet via satellit som inleds med en sändning från Sverige. I en nyligen avgjord dom i Högsta domstolen<sup>13</sup> (HD) beslutade HD att en TV3-sändning, som var direktsänd från Sverige, inte ansågs utgå från Sverige. TV3 har sitt säte i London, och avgörandet för var programverksamheten bedrivs var på vilken plats bestämmandet över programinnehållet bedrivits och inte var programmet kommit till eller hur den tekniska transporten skett<sup>14</sup>. YGL var alltså inte tillämplig på sändningen.

#### **2.2.2.1.4 Kabelsändning**

Enligt YGL 3 kap. 1 § har alla rätt att sända via kabel. Sändningarna omfattas av RTVL om de når fler än 100 bostäder enligt lagens 1 kap. 3 §.

Det finns två typer av kabelsändningar: *ursprungliga sändningar* och *vidaresändningar*. En ursprunglig sändning förs direkt ut i kabelnätet från t.ex. en studio. En vidaresändning är en samtidig och oförändrad återutsändning av ett program från en sändare på jordytan eller från en satellit. Detta innebär att programkanaler som sänds över marknätet eller som vidareförmedlas över satellit sedan går ut i kabelnätet och når TV-tittaren.

#### **2.2.2.2 Inskränkningar i yttrandefriheten**

Yttrandefriheten är grundlagsskyddad men det finns ändå vissa undantag från det fria ordet. De begränsningar som finns följer av YGL:s 5 kap. 1 § genom en direkt hänvisning till TF där de särskilda s.k. yttrandefrihetsbrotten finns uppräknade.

RTVL, sändningstillstånd och etiska regler inom branschen är ytterligare faktorer som kan sägas begränsa yttrandefriheten.<sup>15</sup>

### **2.2.3 Medieutvecklingens betydelse för YGL**

Utvecklingen inom informationstekniken har gått snabbt sedan YGL trädde i kraft år 1992. Den snabba utvecklingen har lett fram till en utredning<sup>16</sup> om behovet av en mer teknikberoende yttrandefrihetsgrundlag.

I betänkandet hävdas bl.a. att man bör sträva efter att uppnå ett skydd för yttrandefriheten som är så utformat att grundlagen kan fånga upp nya medieformer utan fortlöpande förändringar<sup>17</sup>. För att undvika framtida

<sup>13</sup> Högsta domstolens beslut meddelat i Stockholm den 5 juni 2002 i mål nr. Ö 3134-00.

<sup>14</sup> Ö 3134-00, s. 4-5.

<sup>15</sup> Nylander Christina, *Radio- och TV-rätt*, Stockholm, 1998, s. 19.

<sup>16</sup> SOU 2001:28, Yttrandefrihetsgrundlagen och Internet. Utvidgat grundlagsskydd och andra frågor om tryck- och yttrandefrihet. Betänkande av Mediegrundlagsutredningen.

<sup>17</sup> SOU 2001:28, s. 217.

problem vad gäller avgörandet om huruvida grundlagsskyddet gäller, eller inte, bör tillämpningsområdet för YGL utvidgas, enligt utredarna<sup>18</sup>.

## 2.2.4 Kommentarer

Yttrandefriheten är starkt skyddad i grundlag. All information som sänds via medier är emellertid inte grundlagsskyddad. Reklam faller istället in under MFL om den har ett kommersiellt syfte och om innehållet är kommersiellt. Det är endast program som utgår från Sverige som är grundlagsskyddade enligt YGL.

Etableringsfriheten är en viktig princip inom YGL. Begränsningar i frekvensutrymmet gör emellertid att principen inte kan gälla fullt ut. Sändningar i marknätet är därför tillståndpliktiga men genom det digitala nätet får nu fler programföretag plats i etern än tidigare varit möjligt i det analoga.

Den dynamiska mediemarknaden har nu också medfört att det blivit nödvändigt att studera dess konsekvenser för yttrandefriheten. För att inte tekniska innovationer skall skapa tillämpningsproblem utreds nu behovet av en mer teknikberoende yttrandefrihetsgrundlag.

## 2.3 Radio- och TV-lagen

### 2.3.1 Bakgrund

Medielandskapet i Sverige har förändrats snabbt sedan de första TV-sändningarna genomfördes från KTH i Stockholm 1954. Från en rikstäckande kanal har utvecklingen gått mot den nuvarande mångfalden av kanaler. Den tekniska utvecklingen genom t.ex. färg-TV, stereo-TV, satellitsänd TV och nu digital TV har ökat både valfriheten och sändningskvaliteten. Utvecklingen medförde att ett från början enhetligt, enkelt regelverk blev alltmer komplicerat och svåröverskådligt. Därför fanns det ett behov av en lagreglering som skulle vara klargörande och mer överskådlig. Det var också viktigt att det skulle vara mediepolitiskt och tekniskt neutralt för att kunna anpassas till den kommande utvecklingen inom medieområdet<sup>19</sup>. Radio- och TV-lagen trädde i kraft den 1 december 1996 och innebar, med undantag för den numera upphävda lokalradiolagen, att en mängd lagar och regler som tidigare var separerade har förts ihop. Det innebär bl.a. att det är ett sammanhållet och lättöverskådligt regelverk som inkluderar alla typer av radio- och TV-sändningar. RTVL är avsedd att samla alla föreskrifter i vanlig lag om ljudradio och television.

---

<sup>18</sup> SOU 2001:28, s. 222.

<sup>19</sup> Regeringens proposition 1995/96:160, Radio- och TV-lag, s.59, jfr; SOU 1994:105, Ny lagstiftning om Radio och TV. Slutbetänkande av Radiolagsutredningen, s. 230-232.

För behovet av en särreglering på ljudradio- och TV-området har framförts framförallt tre skäl<sup>20</sup>. För det första är *radiofrekvensutrymmet* en begränsad, men ur ett massmediepolitiskt perspektiv, betydelsefull resurs. Det har därför ansetts viktigt att kunna styra och prioritera frekvensanvändningen enligt massmediepolitiskt motiverade önskemål och överväganden. Det andra skälet som har framförts är att ljudradion och televisionen fyller en viktig funktion som *massmedier i allmänhetens tjänst* (public service). SVT fick monopol på sändning i marknätet, då fri etablering ansågs omöjligt på grund av den begränsade tillgången på radiofrekvenser. För att ändå kunna erbjuda publiken en demokratisk mångfald har SVT blivit ett s.k. public service-bolag som sänder i allmänhetens tjänst. SVT har bl.a. som mål att ansvara för ”den svenska kulturen samtidigt som det moderna multietniska och multikulturella Sverige avspeglas”, visa underhållning ”där stundens förströelse inte är det enda syftet” och vända sig ”till hela befolkningen”<sup>21</sup>. Det har ansetts medföra ett behov av att kunna ställa särskilda villkor på de radio- och TV-verksamheter som ges tillstånd att bedriva sändningar i det nämnda frekvensutrymmet. För det tredje har radions och televisionens särskilda *genomslagskraft* ansetts medföra ett behov av särskilda innehållsregler utöver allmän lagstiftning, t.ex. vad gäller våldsskildringar och marknadsföring.

När EES-avtalet trädde i kraft 1994 började TV-direktivet gälla i Sverige. Det infördes i svensk rätt genom förslag i prop. 1992/93:75. Den första översynen av direktivet ledde till att direktivet reviderades<sup>22</sup>. I Sverige infördes ändringarna genom förslag i prop. 1997/98:184. Regeringen beslutade i juni 2000 att tillsätta en särskild utredare som skulle analysera och överväga behovet av ändringar i framförallt RTVL och lag (1989:41) om TV-avgift<sup>23</sup>. Bakgrunden till uppdraget var bedömningen att vissa av RTVL:s bestämmelser hade fungerat mindre väl under den tid lagen varit i kraft och att det därför fanns ett behov av översyn av lagen i dessa delar<sup>24</sup>.

### 2.3.2 Tillämpningsområde för RTVL

I RTVL 1 kap. 1 § framgår det att RTVL är tillämplig på sändningar av ljudradio- och TV-program som är riktade till allmänheten och avsedda att tas emot med tekniska hjälpmedel. En sändning anses riktad till allmänheten endast om den samtidigt och utan särskild begäran är tillgänglig för vem som helst som vill ta emot den.

---

<sup>20</sup> SOU 1994:105, s. 230-232.

<sup>21</sup> SVT:s hemsida <http://www.svt.se/svtinfo/pubserv/publicservice.htm>.

<sup>22</sup> Direktiv 97/36/EG.

<sup>23</sup> Kommittédirektiv Översyn av Radio- och TV-lagen m.m., Direktiv 2000:43, s. 1. I februari 2001 beslutade regeringen om tilläggsdirektiv till utredningen, Kommittédirektiv. Tilläggsdirektiv till Direktiv 2000:43. Direktiv 2001:11, s. 1.

<sup>24</sup> Direktiv 2000:43, s. 3.

Medielandskapet är under ständig förändring, vilket ibland kan göra det svårt att definiera vad som faller in under RTVL:s tillämpningsområde. TV-konsumenten ges allt större möjlighet att välja vad han eller hon vill se och när han eller hon vill se ett program. Svårigheten i att avgöra vad som hamnar under RTVL:s tillämpningsområde kan tydliggöras av följande. Near-video-on-demand (NVOD) är ett exempel på system som gör det möjligt för TV-konsumenten att ur ett specifikt utbud välja vad denne vill se. TV-konsumenten kan även inom vissa tidsramar ange när han eller hon vill se programmet. Tjänsten bygger på att den digitala tekniken ger förutsättningar att sända flera filmer eller program samtidigt i samma frekvensutrymme med viss tidsförskjutning. TV-konsumenten upplever tjänsten som interaktiv, men det handlar i realiteten om en utsändning som startas av den sändande. Den valda filmen utgör endast en av flera utsändningar av samma film som sänds ut oavsett om någon ser den eller inte. Video-on-demand (VOD) är däremot ett system som på ett helt annat sätt är interaktivt. VOD innebär att kunden själv väljer ur en databas vilket program han/hon vill se och när han/hon vill se det. NVOD men inte VOD omfattas av RTVL:s regler<sup>25</sup>.

### **2.3.3 Jurisdiktion över TV-sändningar**

I fråga om jurisdiktion är lagen utformad i enlighet med EG:s TV-direktiv. I 1 kap. 2 § RTVL stadgas således att den som sänder TV-program och som är etablerad i Sverige enligt definitionen i artikel 2.3 i TV-direktivet skall höra under svensk jurisdiktion. Om så inte är fallet är lagen ändå tillämplig om den som sänder använder sig av en frekvens som är upplåten i Sverige, en satellitkapacitet som tillhör Sverige eller en satellitupplänk som är belägen i Sverige. Det gäller emellertid inte om någon annan EES-stat skall ansvara för sändningen enligt motsvarande kriterier eftersom endast en stat enligt direktivets artiklar 2 och 3 kan ha ansvar för ett etablerat TV-sändningsbolag. Om inget av dessa kriterier är tillämpliga skall jurisdiktionsfrågan bedömas med hjälp av bestämmelserna om etablering i artikel 43 och följande i EG-fördraget.

Utländska programföretag lyder under den lagstiftning som gäller i det land där företagen är etablerade. För t.ex. TV3 och Kanal 5 som är etablerade i Storbritannien gäller alltså brittisk lag.

#### **2.3.3.1 Kringgående av nationell TV-lagstiftning**

RTVL kan enligt 1 kap. 2 § sista st. i vissa undantagsfall vara tillämplig på den som, efter att ha varit etablerad i Sverige, etablerar sig i en annan EES-stat i syfte att kringgå svensk lagstiftning när verksamheten huvudsakligen

---

<sup>25</sup> Prop. 1995/96:160 s. 65.



riktar sig till Sverige. Detta har sin grund i TV-direktivets ingress premiss 14.

*”Enligt domstolens fasta rättspraxis behåller en medlemsstat rätten att vidta åtgärder mot ett programföretag som är etablerat i en annan medlemsstat, vars verksamhet uteslutande eller huvudsakligen riktar sig mot den första medlemsstatens territorium, om företagets etablering har gjorts i syfte att kringgå den lagstiftning som skulle ha varit tillämplig på detta företag om det hade etablerat sig inom den första medlemsstatens territorium.”* (Egen kursivering.)

Premissen stadgar den s.k. ”*Van Binsbergen*-principen” som i sin tur befästs i EG-domstolens avgörande i *Van Binsbergen-fallet*<sup>26</sup>. Det är emellertid viktigt att lägga märke till att principen tas upp i ingressen. Ingressen har betydelse för tolkningen av direktivet, men hur stark den betydelsen är, är inte helt klart. Ett problem är att en ingress ofta är rätt allmänt hållen och gärna omnämner alla i sammanhanget relevanta intressen<sup>27</sup>. Det är dessutom så att medlemsstaterna genom TV-direktivet genomfört en omfattande harmonisering av TV-lagstiftningen. Det är enligt direktivets artikel 2.a inte meningen att det skall ske någon dubbelkontroll i de mottagande medlemsstaterna. Det skulle kunna förhindra en positiv utveckling av den gemensamma marknaden för TV-program. Har alltså en medlemsstats myndigheter godtagit sändningar från ett programföretag inom deras jurisdiktion skall inte en annan medlemsstat hindra de aktuella sändningarna.

Det är sålunda tveksamt hur stora möjligheter det finns att tillämpa RTVL på programföretag etablerade i andra medlemsstater än Sverige även om de etablerat sig där för att kringgå den svenska TV-lagstiftningen.

Problemet med att svenska myndigheter inte har någon kontrollmöjlighet över vissa av de programföretag som riktar sig till den svenska marknaden har uppmärksammats av svenska myndigheter. I ett förslag till genomförande av TV-direktivet<sup>28</sup> togs frågan upp om det borde vara möjligt för regeringen att ge tillstånd för sändningar av TV-program i marknätet till sådana bolag som inte är etablerade i Sverige. Det framgick då inte av lagen ifall tillstånd bara kunde ges till svenska programföretag<sup>29</sup>. Utgångspunkten var enligt utredningen att se till att den som fått tillstånd att sända TV-program i det svenska marknätet skulle följa bestämmelserna i RTVL och tillståndsvillkoren<sup>30</sup>. Problemet var att RTVL endast är tillämplig på programföretag som är etablerade i Sverige och som därigenom faller under

---

<sup>26</sup> Mål C 33/74, *Johannes Henricus Maria Van Binsbergen mot Bestuur van de Bedrijfsvereniging voor de Metaalnijverheid*, (REG, 1974, s. 1299; svensk specialutgåva, volym II).

<sup>27</sup> Bernitz Ulf, Kjellgren Anders, *Europarättens grunder*, Stockholm, 2000, s. 50.

<sup>28</sup> Ds 1998:21, Genomförande av EG:s TV-direktiv.

<sup>29</sup> Ds 1998:21, s. 61-62.

<sup>30</sup> Ds 1998:21, s. 62.

svensk jurisdiktion<sup>31</sup>. Sverige har enligt TV-direktivets artikel 2.a inte jurisdiktion över programföretag som är etablerade i andra EES-stater. Om ett programföretag som inte var etablerat i Sverige, utan i en annan EES-stat, då fick tillstånd att bedriva sändningar, skulle en fråga om företaget inte följde ett visst villkor inte kunna prövas av Granskningsnämnden för Radio och TV (Granskningsnämnden) därför att RTVL inte var tillämpligt. Utredarna menade att detta innebar att programföretag som inte var etablerade i Sverige inte borde ges tillstånd att utnyttja marknätet. De ansåg att det därför borde föras in ett etableringskrav i RTVL, som skulle innebära att programföretagen måste vara etablerade i Sverige för att kunna få tillstånd<sup>32</sup>.

I utredningen tas EG-fördragets artikel 52 (nu 43) upp och det påpekas att den föreslagna bestämmelsen inte innebär att utländska företag hindras från att etablera sig i Sverige<sup>33</sup>. Detta stämmer visserligen, men en mycket viktig aspekt som utredarna missade var hur bestämmelsen gick ihop med den fria rörligheten för tjänster i artikel 49 (dåvarande 59).

I lagrådets yttrande över förslag till lag om ändring i RTVL<sup>34</sup> framkommer det att kravet på etablering kan utgöra hinder för den fria rörligheten för tjänster, vilket står i strid mot artikel 59 (nu 49) i EG-fördraget. Det blir här en konflikt mellan den svenska regeringens strävan att kontrollera sändningarna i det svenska marknätet och EG-rättens principer. Konflikten kan givetvis inte lösas genom att Sverige bryter mot EG-rätten, utan ett steg på vägen kan istället vara ett tillnärmande genom ytterligare harmonisering av bestämmelserna. Lagrådet anser att mycket tyder på att bestämmelsen skulle stå i strid mot artikel 59 (nu 49) och att det krävs utförligare undersökningar för att klargöra en sådan fråga<sup>35</sup>.

### 2.3.3.2 Kontroll

Granskningsnämnden för radio och TV är en statlig myndighet som granskar innehållet i radio- och TV-program som riktar sig till den svenska allmänheten. Granskningsnämnden skall enligt RTVL 9 kap. 2 § övervaka att innehållet i redan sända program överensstämmer med bestämmelser och villkor i de lagar och sändningstillstånd som reglerar radio- och TV-området. Förhandscensur är inte tillåtet enligt YGL 1 kap. 3 §, utan nämndens uppgift är att i efterhand bedöma om sändningarna står i strid med RTVL eller sändningstillstånden. Övervakningen omfattar alla de svenska radio- och TV-företagen som sänder program till den svenska allmänheten vare sig sändningen sker lokalt, regionalt eller över hela Sverige<sup>36</sup>. Nämnden skall även följa utländska satellitsändningar riktade till Sverige, t.ex. TV3:s

<sup>31</sup> RTVL 1 kap. 2 §, jfr; TV-direktivet artikel 2 och 2.a, se vidare under avsnitt 3.3.3.

<sup>32</sup> Ds 1998:21, s. 62.

<sup>33</sup> Ds 1998:21, s. 62.

<sup>34</sup> Prop. 1997/98:184, Ändringar i Radio- och TV-lagen (1996:844), m.m., Bilaga 10.

<sup>35</sup> Prop. 1997/98:184, Bilaga 10, s. 122.

<sup>36</sup> Förordning med instruktion för Granskningsnämnden för radio och TV, 1994:728, 1 §.

och Kanal 5:s sändningar, vilka enligt TV-direktivet faller under Storbritanniens jurisdiktion, och bedöma om dessa sändningar följer direktivet<sup>37</sup>. Även om nämnden inte har jurisdiktion över dessa sändningar kan den rapportera sina iakttagelser till regeringen (kulturdepartementet) eller till berörd utländsk myndighet<sup>38</sup>.

Granskningsnämnden har alltså inte jurisdiktion över programföretag etablerade i andra medlemsstater och Sverige får enligt direktivets artikel 2.a.1 inte hindra vidareändringar från dessa stater. Det finns emellertid ett uttryckligt stadgat undantag i direktivet. I artikel 2.a.2 ges en medlemsstat rätt att vidta åtgärder mot sändningar från andra medlemsstater om de uppenbarligen, allvarligt och grovt bryter mot bestämmelserna i artiklarna 22.1 eller 22.2, och/eller 22.a. Artikel 22 föreskriver att medlemsstaterna bl.a. skall vidta lämpliga åtgärder för att säkerställa att TV-sändningar från programföretag inom deras jurisdiktion inte innehåller program som allvarligt kan skada den fysiska, mentala eller moraliska utvecklingen hos underåriga, särskilt program som innehåller pornografi eller meningslöst våld.

Även Justitiekanslern (JK) har en tillsynsfunktion över TV-sändningar. Sändningar med våld eller pornografi som står i strid med 6 kap. 2 § RTVL skall enligt RTVL 9 kap. 1 § anmälas till JK.

Konsumentombudsmannen (KO) övervakar att vissa bestämmelser i RTVL om reklam följs enligt RTVL 9 kap. 2 § 2 st.

Radio- och TV-verket är en statlig tillsynsmyndighet. RTVV har viss tillsynsverksamhet vad gäller sändningstillstånd och sändningsverksamhet enligt RTVL 2 kap. 2 §.

### **2.3.4 Marknadsföring**

RTVL innehåller de grundläggande bestämmelserna för reklam i TV, men dessutom måste innehållet i reklamen även följa de marknadsrättsliga lagarna såsom MFL, lag (1978:763) om marknadsföring av alkoholdrycker och tobakslag (1993:581).

Det är 7 kap. i RTVL som behandlar reklam och annan annonsering. Vissa regler gäller både television och ljudradio, medan andra endast avser sändningar i television. Enligt 12 § 1 st. gäller bestämmelserna inte för sådan reklam som den sändande gör för sin programverksamhet.

---

<sup>37</sup> Enligt förordning 1994:728, i enlighet med Europaparlamentets och rådets direktiv 98/27/EG av den 19 maj 1998 om förbudsföreläggande för att skydda konsumenternas intressen EGT 1998 L 166/51.

<sup>38</sup> Vad gäller de programföretag som är etablerade i Storbritannien är den relevanta myndigheten Independent Television Commission (ITC).

Viktiga begrepp är annonser, reklam och sponsring. Begreppet *reklam* har samma innebörd som i marknadsrätten, dvs. det skall föreligga ett avsättnings- eller tillgångsfrämjande syfte, men det krävs inte att det görs mot ersättning<sup>39</sup>. Med *annonser* avses dels reklam, dels sändningar som utan att vara reklam sänds på uppdrag av någon annan enligt 1 § 3 st. *Sponsrade* program definieras i 8 § 1 st. och är program som inte är en annons men som helt eller delvis har bekostats av någon annan än den som bedriver sändningsverksamheten eller som framställer audiovisuella verk. Annonser skall urskiljas i förhållande till annat programinnehåll. Före och efter varje sändning av annonser skall det sålunda sändas en särskild signatur i ljud och bild som tydligt skiljer annonserna från övriga sändningar. I sökbar text-TV och i program där publiken erbjuds att beställa varor eller tjänster (försäljningsprogram) skall signaturen sändas löpande, men behöver bara anges i bild enligt 1 § 1 st. Det föreskrivs i 2 § att av annonser som inte är reklam skall det vidare framgå i vems intresse de sänds. För reklam finns motsvarande bestämmelser i MFL. Enligt 3 § är det inte tillåtet att personer som spelar en framträdande roll i program som huvudsakligen handlar om nyheter eller nyhetskommentarer uppträder i annonser.

Det finns också regler om annonstid. I 5 § föreskrivs bl.a. följande. Annonser får sändas högst åtta minuter under en timme mellan hela klockslag. Om sändningstiden inte omfattar en timme mellan hela klockslag får annonser sändas under högst tio procent av den tiden. I TV-sändningar får tiden utsträckas till tio minuter, dels mellan kl. 19.00 och 24.00, dels i rena undantagsfall. Vidare får i TV-sändningar annonser sändas under högst tio procent av sändningstiden under ett dygn. Programtjänster som uteslutande är avsedda för försäljningsprogram är undantagna från dessa regler. Av 6 § följer att den sammanlagda annonstiden i TV vid ett tillfälle inte får understiga en minut sedan tiden för den särskilda signaturen frånräknats, för att reklamen skall vara urskiljbar.

Utrymmet för reklamavbrott utökades genom att ny lagstiftning angående TV-reklam infördes<sup>40</sup>. En anledning till förändringen är önskvärdheten att närma de svenska TV-regleringarna till minimiregleringarna i TV-direktivet. Detta för att konkurrensvillkoren för den svenska reklam-TV-marknaden anses böra vara likvärdiga den för företag etablerade både inom och utom Sverige<sup>41</sup>. I 7 kap. 7, 7a och 7b §§ anges under vilka förutsättningar annonser får avbryta ett program. Huvudregeln är att annonser skall sättas in mellan programmen. Under vissa förutsättningar får emellertid annonser avbryta TV-program. En allmän förutsättning är att det sker på sådant sätt att – med hänsyn till naturliga pauser och programmets sändningslängd och karaktär – varken programmets integritet och värde eller rättighetsinnehavarens rättigheter kränks<sup>42</sup>. 7a § stadgar när det är tillåtet att

---

<sup>39</sup> SOU 1995/96:160, s. 109f.

<sup>40</sup> Prop. 2001/02:82, Ändrade regler om annonser i TV-sändningar.

<sup>41</sup> Ds 2001:18, Ändrade regler om annonser i TV-sändningar, s. 23-24.

<sup>42</sup> Vilgot Sjöman har anmält TV4 till Granskningsnämnden för att ha visat hans film "Alfred" styckad i fyra delar med reklamavbrott och programinformation instuckat emellan.

sända reklam. Det är tillåtet att sända annonser i program som består av avslutade delar, om de sänds mellan delarna. Det stadgas i 7b § i vilka fall det inte är tillåtet att sända reklam. Det är t.ex. inte tillåtet att sända annonser i nyhetsprogram.

Vissa regler gäller TV-reklam riktad till barn. Reklam i en TV-sändning får inte syfta till att fånga uppmärksamheten hos barn under tolv år, vilket följer av 4 § 1 st. I reklam i en TV-sändning får det enligt 4 § 2 st. inte heller uppträda personer eller figurer som spelar en framträdande roll i program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år om det inte är en fråga om ett s.k. sponsringsmeddelande. Det får inte heller förekomma reklam omedelbart före eller efter ett program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år om det inte är fråga om ett s.k. sponsringsmeddelande enligt 7 § 3 st.

7 kap. innehåller också regler om sponsring. I 8 § 1 st. föreskrivs det att om ett program är sponsrat skall det på lämpligast sätt i början och slutet av programmet eller vid ettdera tillfället anges vem eller vilka bidragsgivarna är. Program som huvudsakligen handlar om nyheter eller nyhetskommentarer får inte sponsras enligt 8 § 2 st. 9 § innehåller en hänvisning till de förbud mot reklam för alkoholdrycker och tobaksvaror som finns i alkohollagen och tobakslagen. Av bestämmelsen framgår också att program inte får sponsras av någon vars huvudsakliga verksamhet gäller tillverkning eller försäljning av dessa varor.

I 10 § finns bestämmelser om TV-reklam m.m. för läkemedel och medicinsk behandling. Det är inte tillåtet att sända reklam för receptbelagda läkemedel eller sådan medicinsk behandling som endast är tillgänglig efter ordination enligt 10 § 1 st. I 10 § 3 st. framkommer det att försäljningsprogram för läkemedel eller för medicinsk behandling inte får sändas i TV. Om ett läkemedelsföretag sponsrar TV-program får sponsringen endast främja företagets namn eller anseende men inte receptbelagda läkemedel eller sådan medicinsk behandling som endast är tillgänglig efter ordination, vilket stadgas i 10 § 2 st. Bestämmelsen har tillkommit för att uppfylla kraven i artikel 14.2 och artikel 17.3 i TV-direktivet<sup>43</sup>.

RTVL innehåller också vissa andra bestämmelser om reklam, annan annonsering eller sponsring. I 3 kap. 3 § 1 st. föreskrivs det att villkor för sändningstillstånd får avse förbud mot att sända reklam eller andra annonser och även andra sponsrade program än de som är förbjudna enligt 7 kap. Ett sändningstillstånd får också förenas med villkor om förbud mot att diskriminera annonsörer enligt 3 kap. 3 § 2 st. I sändningar för vilka ett

---

Han anser att avbrotten ”Svårt skadade långfilmens integritet och upplevelsevärde” och att ”Ingen skapelse har någonsin varit avsedd att nå allmänheten än som en odelbar helhet.” TV4:s Jan Scherman anser att ”Det är mycket bättre för tittarna med den nya lagens reklamavbrott.” Artiklar i Dagens Nyheter, 2002-07-24, 2002-07-26, 2002-07-27 och 2002-07-31.

<sup>43</sup> Marianne Eliason i Karnov 2001/02, s. 4254.

villkor om opartiskhet gäller, får det inte förekomma annonser som syftar till att vinna stöd för politiska eller religiösa åsikter eller åsikter i intressefrågor på arbetsmarknaden enligt 6 kap. 5 § 1 st.

Det följer av 9 kap. 2 § att efterlevnaden av RTVL:s bestämmelser om reklam, annan annonsering eller sponsring till viss del övervakas av Granskningsnämnden och i övrigt av KO. Vissa programföretag som sänder reklamfinansierad TV till Sverige är etablerade i andra EU-länder, däribland Storbritannien. Skillnaderna i regler för reklamsändningar i Sverige och Storbritannien har på senare tid uppmärksammats. Granskningsnämnden har i två beslut<sup>44</sup> funnit att det redaktionella ansvaret för de program som sänds i Kanal 5 och TV3 i det digitala marknätet ligger hos de brittiska bolag som svarar för motsvarande sändningar via satellit. Eftersom dessa bolag därmed inte är etablerade i Sverige fann nämnden att sändningarna inte lyder under svensk jurisdiktion<sup>45</sup>.

### 2.3.5 Kommentar

RTVL är alltså tillämpbar på programföretag etablerade i Sverige. De kontrolleras av Granskningsnämnden som även har en viss översyn av sändningar från andra medlemsstater, men kan bara skicka anmärkningar om övertramp vidare till regeringen eller aktuell utländsk myndighet. Skulle det vara fråga om grövre övertramp finns det ett undantag i TV-direktivets artikel 22<sup>46</sup>.

Annonsbestämmelserna i RTVL har nu förts än närmare TV-direktivets bestämmelser. Den största skillnaden mot övriga EU-länders TV-lagstiftning är nu Sveriges förbud mot sändningar av reklam riktad till barn under 12 år. Under revisionen av direktiv 89/552/EEG verkade Sverige för ett förbud mot reklam riktad till barn, men fick inte igenom förslaget<sup>47</sup>. I Sverige ses barn som en utsatt målgrupp och lagstiftningen är tänkt att skydda barn eftersom man anser att barn har svårt att skilja på fakta och fiktion<sup>48</sup> och att reklam kan påverka barns grundläggande värderingar<sup>49</sup>. Under Sveriges EU-ordförandeskap våren 2001 var det uppe på dagordningen att ge förslag till skärpning av TV-direktivets bestämmelser om barnreklam<sup>50</sup>. I mötesrapporten framkommer att övriga medlemsländer delvis varit positiva

---

<sup>44</sup> Beslut 2000-06-15 i saken "Galna sanningar", Kanal 5, 2000-02-11; fråga om svensk jurisdiktion, SB 202/00, Dnr: 97/00-75, och Beslut 2000-06-15 i saken "TV3 Direkt", 2000-03-15 och 2000-03-17; nu fråga om svensk jurisdiktion, SB 203/00, Dnr: 144/00-73.

<sup>45</sup> SB 202/00, s. 3, SB 203/00, s. 3.

<sup>46</sup> Se nedan under avsnitt 3.3.3.1.

<sup>47</sup> Drijber Berend Jan, *The revised Television Without Frontiers Directive : Is it fit for the next century?*, (1999) 36 Common Market Law Review, s. 116-117.

<sup>48</sup> Prop. 1990/91:149 om radio- och TV-frågor, s. 119-121.

<sup>49</sup> Kallersand, Eva, *TV-reklam riktad till barn – regler och attityder*, Skrifter utgivna av Institutet för Immaterialrätt och Marknadsrätt vid Stockholms universitet, nr. 96, Stockholm, 1998, s. 63.

<sup>50</sup> Se hemsidan <http://www.eu.2001.se> där material från kulturministermötet i Falun 2001-05-23 finns med.

till en översyn av barnreklamreglerna men också att många varit nöjda med de regler som finns<sup>51</sup>. Med tanke på att Sverige inte lyckades få igenom någon förändring gällande barnreklam under revisionen av direktiv 89/552/EEG, är det osäkert vad Sveriges påtryckningar kommer leda till denna gång.

Den fria rörligheten inom EU bidrar naturligtvis till att programföretag etablerar sig i de medlemsstater där de har de förmånligaste villkoren. Det medför i sin tur att Sverige, som har relativt strikta reklamregleringar, förlorar kontrollmöjligheten över företag som flyttar ifrån Sverige. Detta har den svenska lagstiftaren försökt komma till rätta med på olika sätt. Ett alternativ togs med i Ds:n om genomförande av EG:s TV-direktiv. Förslaget var att sändningstillstånd skulle göras beroende av etablering. För att få tillstånd att sända i marknätet i Sverige skulle det krävas svensk etablering. Eftersom kravet inte är förenligt med EG-rätten förhindrades det av lagutskottet. Ett annat sätt är en harmonisering av TV-lagstiftningen. Ju närmare den svenska TV-lagstiftningen står TV-direktivets minimibestämmelser, desto mindre anledning för programföretag, som vänder sig till svensk TV-publik, att etablera sig i andra medlemsstater<sup>52</sup>.

## 2.4 Nya medier

Under de senaste åren har nya former av de traditionella medierna blivit allt vanligare. Ett av de utmärkande dragen hos ”nya medier” är att de är baserade på digitala tekniker; informationen lagras och distribueras digitalt. Detta innebär att innehållet skapat för nya medier i viss mån blir plattformsoberoende, dvs. samma innehåll kan göras tillgängligt med flera olika medel. De bygger också i många fall på en större interaktivitet från användarna. Konsumenten blir alltså dels i högre grad plattformsoberoende och dels aktivare (interaktivare). Konsumenten spelar en allt större roll eftersom han eller hon väljer ut det som skall konsumeras.<sup>53</sup>

### 2.4.1 Digital TV

Riksdagen har beslutat<sup>54</sup> att digital marksänd TV skall införas i flera steg med möjlighet för staten att successivt ta ställning till om och på vilket sätt verksamheten skall fortsätta. I propositionen tas det upp att sändningsverksamheten kommer att bedrivas inom ramen för nuvarande lagstiftning, dvs. RTVL<sup>55</sup>. Tillstånd för digitala marksändningar skall alltså ges av regeringen som har möjlighet att förena tillstånden med vissa villkor.

---

<sup>51</sup> Se hemsidan [http://www.eu.2001.se/news/news\\_read.asp?iInformationID=15182](http://www.eu.2001.se/news/news_read.asp?iInformationID=15182).

<sup>52</sup> Övriga ekonomiska effekter av en etablering utomlands har jag inte beaktat.

<sup>53</sup> SOU 2001:90, s. 58f.

<sup>54</sup> Prop. 1996/97:67, Digitala TV-sändningar.

<sup>55</sup> Prop. 1996/97:67, s. 29.

En parlamentarisk kommitté fick 1997 i uppdrag att följa och utvärdera de markbundna digitala sändningarna under den första etappen<sup>56</sup>. Kommittén skulle enligt direktivet följa verksamheten med digital marksänd TV och fortlöpande rapportera sina iakttagelser till regeringen. De skulle särskilt studera tillståndförfarandet och hur samarbetet mellan programföretagen fungerade<sup>57</sup>. De digitala sändningarna över marknätet startade 1999 och har sedan dess successivt utökats<sup>58</sup>. Med digital TV menas att distributionen sker i digital form. Det innebär att varje företeelse (ljud, bild, data) representeras av olika kombinationer av ettor och nollor. De digitala sändningarna tar mindre plats i anspråk än de analoga sändningarna eftersom tekniken använder utrymmet i frekvenskanalerna på ett mer effektivt sätt. Digitala signaler är inte heller lika störningskänsliga som analoga. Digital teknik utgör en gemensam plattform för ljud, bild och text och används för Cd-skivor, CD-ROM, och DVD-skivor för datalagring, film- och TV-produktioner m.m. Den digitala tekniken utgör sålunda en bas i konvergensen. En mindre energiåtgång vid digitala sändningar gör också att det blir billigare. En större interaktivitet kommer också att vara möjlig vid digitala sändningar än analoga, till stor del beroende på att det är enklare att sända data digitalt<sup>59</sup>.

Digital TV innebär inte bara en effektivisering av sändningstekniken. Hela TV-mediet kommer förändras genom de digitala sändningarna eftersom i princip vilken digital information som helst kan skickas genom en digital TV-sändning. Det innebär att nya tjänster kan användas från en vanlig TV-apparat. Exempel är elektronisk handel, elektronisk post eller informationssökning<sup>60</sup>.

I digital TV-utredningen tas också upp problemet med programföretag som etablerar sig i andra EU-länder för att hamna under mindre restriktiva reklamregler<sup>61</sup>. Detta innebär att de svenska reklamreglerna, som är till för att skydda konsumenterna och mångfalden, delvis sätts ur spel. Utredarna föreslår att regeringen i samband med omförhandlingen av TV-direktivet verkar för att mottagarstatens bestämmelser skall tillämpas istället för den stats regleringar vari programföretaget är etablerat. De anser att det kan bli svårt att ändra det för programföretag som riktar sig till många länder eftersom det är svårt att anpassa sändningarna till flera olika regelverk. Däremot anser de att för de programföretag som i huvudsak riktar sina sändningar till endast ett annat land bör TV-direktivet ändras så att mottagarlandets regelverk gäller<sup>62</sup>.

---

<sup>56</sup> Kommittédirektiv. Utvärdering av marksänd digital TV, m.m. Direktiv 1997:134, s. 1.

<sup>57</sup> Direktiv 1997:134, s. 5.

<sup>58</sup> SOU 2001:90, s. 93.

<sup>59</sup> SOU 2001:90, s. 59-60.

<sup>60</sup> SOU 2001:90, s. 63.

<sup>61</sup> SOU 2001:90, s. 172.

<sup>62</sup> SOU 2001:90, s. 172.



## 2.4.2 IP-TV

Internet Protocol (IP) är det system som används för informationsöverföring över Internet. IP-TV, också ofta benämnt webb-TV, är television som distribueras via ett IP-nätverk. Med rätt teknik kan användaren se filmer över Internet utan att behöva lagra dem på datorn. IP-TV är idag inte så utvecklad, men de etablerade traditionella kanalerna kompletterar vissa av sina TV-program med sändningar via IP-TV, på kanalens eller TV-programmets webbsida<sup>63</sup>.

## 2.4.3 Kommentar

Utbyggnaden av digital-TV är i full gång. Enligt regeringens proposition skall det analoga nätet vara helt utbytt mot det digitala redan år 2007. Utbyggnaden innebär förstås vissa problem. Ett av dessa som digital TV-utredningen uppmärksammat är att det genom digital TV kan sändas fler kanaler som når hela den svenska TV-publiken<sup>64</sup>. Programföretag som är etablerade i andra EU-stater hamnar inte under svensk jurisdiktion och kan alltså inte kontrolleras av svenska myndigheter. Det betyder att TV-bolag kommer att kunna nå den svenska allmänheten utan att kontrolleras av svenska myndigheter. Förslaget att lösa problemet genom att ändra det nuvarande systemet där etableringslandet har jurisdiktion, har enligt min uppfattning små förutsättningar för framgång. Att ändra TV-direktivet så att mottagarlandets regelverk skulle gälla strider mot huvudsyftena med TV-direktivet. Det strider mot harmoniseringen av TV-lagstiftningen och är ett hinder mot den fria rörligheten för TV-tjänster. Förslaget kommer sålunda inte få någon framgång.

## 2.5 Konvergens inom mediemarknaden

### 2.5.1 Bakgrund

En gemensam utgångspunkt för konvergens är de förutsättningar som den tekniska utvecklingen medför. Utvecklingen gör att gränserna mellan de tidigare relativt klart avgränsade IT-, tele- och mediesektorerna blir allt mindre tydliga. Det kan beskrivas som att dessa sektorer konvergerar (sammansmälter)<sup>65</sup>. Konvergensutvecklingen innebär att samma tjänstetyp och samma innehåll kan regleras på olika sätt beroende på vilket sätt förmedlingen sker. Det är skillnad mellan en sändning som ses som en utsändning till allmänheten och en sändning som sker på individuell begäran. Det kan t.ex. handla om NVOD-tjänster och VOD-tjänster som

---

<sup>63</sup> T.ex. Farnen i TV4, <http://www.TV4.se>.

<sup>64</sup> Kabel- och satellit-TV når endast dem som har tillgång till dessa nät, marksänd digital TV kommer att nå alla TV-konsumenter.

<sup>65</sup> SOU 1999:55, Konvergens och förändring. Samordning av lagstiftningen för medie- och telesektorerna, s. 35.

omfattar samma filmer och program, men som på grund av att den ena utgör en sändning till allmänheten (NVOD) och den andra tillhandahålls på individuell begäran (VOD) kan omfattas av olika regler<sup>66</sup>.

En annan effekt av konvergensen är att sändningar som är riktade till allmänheten kan integreras och kombineras med tjänster där mottagarna själva startar överföringen och ibland även kan påverka innehållet i de tjänster som tillhandahålls. Vad som kan tillhandahållas, och för mottagaren framstå, som en och samma ljudradio- eller TV-tjänst kan i verkligheten bestå av olika tjänster som kan medföra att RTVL endast växelvis är tillämplig beroende på mottagarens aktivitet (sändningar dels riktade till allmänheten och dels på begäran).<sup>67</sup>

Det finns olika typer av konvergens som påverkar medielandskapet i Sverige:<sup>68</sup> Infrastruktur för distribution av information som tidigare varit skilda kan integreras och bära varandras tjänster, s.k. *nätverkskonvergens*. T.ex. teletjänster som förmedlas genom kabel TV-nät och datatjänster som tillhandahålls via infrastrukturer som traditionellt används för radio och TV. Med *apparatkonvergens* avses sammansmältningen mellan olika mottagarapparater som används för att få tillgång till olika typer av tjänster. Som exempel kan nämnas telefoner och radioapparater som även kommunicerar text och rörliga bilder, TV-apparater som kan användas som datorer samt datorer som kan användas för att ta emot TV-tjänster. *Tjänstekonvergens* innebär en sammansmältning av olika media och tjänster. Dels innebär det att information som tidigare varit förbunden med ett visst medium nu även kan tillhandahållas via andra medier, dels att traditionellt separerade tjänster integreras och kombineras genom samma medium. Ett exempel är Aftonbladets webbplats<sup>69</sup> som innehåller både nyhetsförmedling och text/bild samt radio och rörlig bild. Olika marknader konvergerar, s.k. *marknadskonvergens*. Företag som tidigare varit verksamma inom en viss sektor engagerar sig i angränsande sektorer. Det kan t.ex. vara ett kabelbolag som erbjuder telefoni i sitt kabelnät och som börjar konkurrera med det traditionella telefonbolaget.

## 2.5.2 Kommentar

Konvergensutvecklingen skapar problem vad gäller RTVL:s tillämpbarhet. Digitalradio och TV kommer i olika utsträckning omfatta inslag som är riktade till allmänheten och sändningar som sker på egen begäran. Följden blir att det ibland kommer att vara svårt att avgöra vilket regelverk som skall tillämpas på vilka sändningar. Konvergensutredningen föreslår en översyn

---

<sup>66</sup> SOU 1999:55, s.146f.

<sup>67</sup> SOU 1999:55, s.171.

<sup>68</sup> SOU 1999:55, s.35f.

<sup>69</sup> <http://www.aftonbladet.se>.

av rådande begreppsstrukturer och definitioner så att respektive tillämpningsområde överensstämmer med de ändamål som avses<sup>70</sup>.

## 2.6 Avslutande kommentar till det svenska avsnittet

Den dynamiska och alltmer internationella TV-marknaden medför en mängd problem för den nationella lagstiftaren. Som visats av HD:s och Granskningsnämndens beslut är svensk lag, vad gäller yttrandefrihet och TV-sändningar, inte tillämplig på programföretag etablerade i andra EU-stater. Det hindrar svenska myndigheters kontroll av TV-sändningar riktade till Sverige från andra medlemsländer. Å andra sidan kontrolleras de av myndigheterna i den stat de är etablerade i och måste åtminstone uppfylla minimireglerna i TV-direktivet.

Vad gäller marknadsföringsbestämmelser har Sverige harmoniserat sina regleringar för att skapa liknande förutsättningar för programföretag etablerade i Sverige och programföretag etablerade i andra EU-stater. Barnreklamförbudet är nu den stora skillnaden mellan svenska TV-bestämmelser och övriga EU-länders. Detta försöker den svenska regeringen förändra genom att få till en förändring av TV-direktivet, och införa ett förbud mot reklam riktad till barn inom EU.

Den tekniska utvecklingen, med digital TV och konvergens, skapar visserligen bättre sändningsmöjligheter men även tillämpningsproblem. Det blir i många fall svårt att avgöra vad som faller in under ett visst rättstillämpningsområde. Vad för bestämmelser blir t.ex. tillämpliga på en TV-sändning som sänds via Internet? Skall det ses som en sändning riktad till allmänheten, eller sänd på individuell begäran? Det kan vara fråga om bådadera, vilket innebär svåra gränsdragningsfrågor. Här krävs det tydligare avgränsningar för att inte skapa luckor i rättstillämpningen och för att rättssystemet måste vara tydligt för dem som tillämpar det.

När digital-TV breder ut sig kommer det att bli lättare att nå fler konsumenter även för företag etablerade utomlands och sändningen kan då inte kontrolleras av svenska myndigheter. Den svenska lagstiftaren har försökt komma till rätta med detta problem på olika sätt, bl.a. genom att kräva etablering för sändningstillstånd. Förslagen som förts fram har inte varit kompatibla med EG-rätten och därför inte genomförbara. Några tänkbara alternativ är att ytterligare harmonisera lagstiftningen och att föra in relevanta ändringar i TV-direktivet.

---

<sup>70</sup> SOU 1999:55, s. 261.

# 3 EG-rätt

## 3.1 Bakgrund<sup>71</sup>

### 3.1.1 Allmän EG-rätt

Efter Sveriges anslutning till EU är det nu möjligt för Sverige att överlämna beslutanderätt till EU<sup>72</sup>. Inom vissa områden där EU har kompetens kan EU alltså besluta om regler som får direkt tillämplighet eller effekt i Sverige.

Förordningar blir enligt artikel 249 i EG-fördraget direkt tillämpliga och skall inte inkorporeras i nationell rätt. Direkt effekt av regler innebär att enskilda under vissa förutsättningar kan göra gällande dessa inför domstol. Reglerna skall vara ovillkorliga, entydiga och fullständiga. Vertikal direkt effekt har regler som enskilda kan åberopa mot staten, endast vissa regler har horisontell direkt effekt, som enskilda kan åberopa mot enskilda.

Direktiv riktar sig till medlemsstaterna och alltså inte till enskilda. Ett direktiv påvisar de mål som varje medlemsstat skall uppnå inom det egna landet inom ramen för sin egen rättsordning enligt EG-fördragets artikel 249. Vid medlemsstaternas bristande genomförande av ett direktiv får direktiv vertikal direkt effekt, men det kan däremot inte göras gällande mellan enskilda. Nationella domstolar och myndigheter är emellertid skyldiga att tolka nationell rätt i enlighet med direktivet, s.k. indirekt effekt<sup>73</sup>.

En gemenskapsrättslig regel som har direkt tillämplighet eller direkt verkan har företräde framför nationell rätt som stadgar annat än den gemenskapsrättsliga bestämmelsen. Det nationella lagstiftningsarbetet påverkas på två sätt: dels måste medlemsstaterna aktivt vidta åtgärder för att genomföra direktiv, dels måste de avhålla sig från att lagstifta i strid med gällande EG-rätt.

---

<sup>71</sup> Till detta avsnitt har jag främst använt mig av; Melin Mats och Schäder Göran, *EU:s konstitution, Maktfördelningen mellan den europeiska unionen, medlemsstaterna och medborgarna*, 5:e uppl., Stockholm 2001, Wyatt and Dashwood's, *European Union Law*, Fourth ed., London, 2000, Paul Craig and Gráinne de Búrca, *EU Law Text, Cases and Materials*, second ed., New York, 1998, Bernitz och Kjellgren, *Europarättens grunder*, 1999.

<sup>72</sup> Lagen med anledning av Sveriges anslutning till Europeiska Unionen (1994:1500) och RF 10 kap. 5 §.

<sup>73</sup> Mål C-14/83, *Von Colson och Kamann mot Land Nordrhein Westfalen*, (REG, 1984, s. 1891; svensk specialutgåva, volym VII).

För svensk TV-lagstiftning har det bl.a. inneburit utredningen om genomförande av TV-direktivet<sup>74</sup>. Utredningens syfte var att se till att RTVL överensstämde med TV-direktivet.

### 3.1.2 Audiovisuell politik

Enligt EG-fördragets artikel 151 skall EU bidra till kulturell utveckling i medlemsstaterna. Detta skall ske med respekt för nationella och regionala intressen samtidigt som det gemensamma kulturarvet skall framhävas. Insatserna skall främja samarbetet mellan medlemsstaterna och vid behov stödja verksamhet som syftar till att sprida kunskap om de europeiska folkens kultur och historia. Vidare skall insatserna bevara och skydda kulturarv, främja icke-kommersiellt kulturutbyte samt konstnärligt skapande även inom den audiovisuella sektorn.

Mediefrågor behandlas på beslutsnivå av Europeiska unionens råd (ministerrådet), som representeras av medlemsländernas kulturministrar. Inom den Europeiska kommissionen handhas mediefrågor av Generaldirektoratet för utbildning och kultur. Generaldirektoratet för informationsområdet är ansvarigt för bl.a. rekommendationer och tekniska innovationer. Inom Europaparlamentet svarar utskottet för kultur, ungdomsfrågor, utbildning, medier och idrott för bl.a. information och media. Vidare finns inom parlamentet en sektion för transporter, infrastruktur och informationsområdet, vilket bl.a. svarar för massmedier.

Den audiovisuella sektorn sysselsätter över en miljon människor inom EU. Förutom dess ekonomiska vikt, spelar den också en stor social och kulturell roll. TV är den viktigaste källan för information och underhållning inom EU, 98% av alla hem har tillgång till TV<sup>75</sup>.

Medielandskapet har dramatiskt ändrat karaktär under 1990-talet. Biografer, radio och television är på väg in i en ny era. Den digitala tekniken förändrar radio- och TV-utsändningarna, programplaneringen, produktionen, leverans- och betalningssystemen, samtidigt som kommersiella, rättsliga och kulturella frågor får allt större betydelse i världen. EU spelar en viktig roll när det gäller att behandla dessa frågor och främja den europeiska audiovisuella sektorn, särskilt med hänsyn till följande mål<sup>76</sup>; säkerställa viktiga mål av allmänt intresse inom sådana områden som replikrätt, kulturell och språklig mångfald, upphovsrätt och skyddet av minderåriga samt främjande av europeisk innovation och konkurrenskraft.

---

<sup>74</sup> Se ovan under avsnitt 2.3.1.

<sup>75</sup> Third report from the Commission to the Council, the European Parliament and the Economic and Social Committee on the application of Directive 89/552/EEC "Television without frontiers" COM (2001) 9. Final. 15.1.2001, s.5.

<sup>76</sup> Introduction to audiovisual policy, på kommissionens generaldirektorat för kultur och utbildnings hemsida [http://europa.eu.int/comm/avpolicy/intro/intro\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/intro/intro_en.htm).

Inom gemenskapen pågår idag en diskussion om hur intresset av att bevara och främja fri konkurrens på TV-marknaden skall tillgodoses samtidigt som man vill skydda vissa allmänna intressen såsom den nationella kulturen och TV som folkbildningsmedium. Det blir nödvändigt att göra en avvägning mellan reglering i skyddssyfte och ökad fri konkurrens<sup>77</sup>.

Den senaste utvecklingen innebär framförallt förändringar inom tre områden<sup>78</sup>:

1. Regleringar för att realisera en effektiv enhetlig marknad för TV-sändningar och för att skydda minderåriga från skadliga sändningar.
2. Support på det europeiska planet för att hjälpa till på det nationella planet.
3. Externa åtgärder för att framförallt skydda europeisk kultur.

Utvecklingen och tillämpningen av digital teknologi, tillsammans med annan utveckling inom sändningsmarknaden, förändrar markant den europeiska mediemarknaden. Kommissionen har tillsatt en utredning<sup>79</sup> som skall se över direktivet. Utredningen skall färdigställas 2002. Det uppfyller kravet i artikel 26 i direktivet, på kommissionen att utge en rapport över direktivets tillämpning, och även föreslå nödvändiga förändringar.

### 3.1.3 Fri rörlighet för tjänster och etablering

EG-domstolen har fastställt i praxis att TV-sändningar – om de uppfyller kraven på gränsöverskridande verksamhet – faller inom ramen för rätten till fri rörlighet för tjänster<sup>80</sup>. Domstolen har härefter i en rad domar upprepat detta utan att närmare gå in på vad i televisionens natur som gör den till en tjänst<sup>81</sup>. Etableringen av ett programföretag är i sin tur det som avgör jurisdiktionsfrågan<sup>82</sup>. Jag ger därför en introduktion till dessa viktiga områden inom EG-rätten.

EG-fördraget ställer inte upp något allmänt krav på etableringsfrihet för företag och enskilda. Huvudregeln är i stället likhet i etableringsförutsättningarna, dvs. att det skall råda likhet mellan inlänningar och rättssubjekt från andra medlemsstater vad gäller förutsättningarna för att

---

<sup>77</sup> Carlsson Ulla, Bucht Catharina, Facht Ulrika, *Medie Sverige*, Göteborgs universitet, 1999, s. 336.

<sup>78</sup> Hughes David, *Europe and the challenges of the new television era*, Education and Culture DG, Le Magazine, nr. 14, 2001, s. 26.

<sup>79</sup> Hughes, *Europe and the challenges of the new television era*, s. 26.

<sup>80</sup> Mål C-155/73, *Giuseppe Sacchi*, (REG 1974, s. 409; svensk specialutgåva, volym II).

<sup>81</sup> Mål C-52/79, *Proceur du Roi mot Marc J. V. C. Debauve m.fl.*, (REG 1980, s. 833; svensk specialutgåva, volym V), p. 8, Mål C-62/79, *Coditel SA et al. Mot Ciné Vog Films SA*, (REG 1980, s. 881), p. 3, Mål C-325/85, *Bond van Adverteeders m.fl. mot nederländska staten*, (REG 1988, s. 2085; svensk specialutgåva, volym IX), Mål C-260/89, *Ellinki Radiophonia Tileorassi (ERT) mot Dimotiki Etaria Pliroforissis*, (REG 1991, s. I-2925; svensk specialutgåva, volym XI).

<sup>82</sup> Se bl.a. Mål C-222/94, *Europeiska gemenskapernas kommission mot Förenade konungariket Storbritannien och Nordirland*, (REG, 1996, I-4025).

få etablera sig eller erbjuda tjänster. Vanliga hinder mot den fria rörligheten på detta område är varierande kvalifikations- och auktorisationskrav som medlemsländer kan ställa upp för att tillåta olika typer av företagande. Kravet på likhet i förutsättningarna uppfattades från början som en målsättning som man sökte förverkliga successivt genom att utfärda direktiv område för område<sup>83</sup>. Läget förändrades emellertid radikalt 1974 genom två viktiga prejudikat av EG-domstolen i *Reyners*<sup>84</sup> respektive *Van Binsbergen*<sup>85</sup>. I domarna slogs det fast att reglerna om icke-diskriminering hade direkt effekt i medlemsländerna och alltså gällde oavsett om några särskilda direktiv utfärdats. Detta gällde såväl vid etableringar som utförande av tjänster.

Reglerna om fri rörlighet för etableringar respektive tjänster bygger i båda fallen på principerna om icke-diskriminering och fri rörlighet, men det finns också viktiga skillnader. Rent generellt har t.ex. nationella regler vanligen större genomslagskraft vid etableringar än vid tillhandahållandet av tjänster.

Av EG-fördragets artikel 50 framgår att tjänster är ”prestationer som normalt utförs mot ersättning, i den utsträckning de inte faller under bestämmelserna om fri rörlighet för varor, kapital och personer”. Etablering definieras i artikel 43 och följande. Inom gemenskapsrätten skiljer man mellan *full etablering*, som innebär nyetablering eller fullständig överflyttning av en hel, fullt fristående rörelse från ett land till ett annat, och *sekundär etablering* som innebär att en juridisk person upprättar dotterbolag, filial, agentur eller liknande i ett annat land. Det utmärkande draget för etableringar kan sägas vara den relativa graden av varaktig närvaro i det andra landet som vanligen avses. Tjänsteutövaren förutsätts däremot normalt vara baserad i ett annat medlemsland än det där tjänsten utförs och tillhandahållandet sker då på ett temporärt och mindre varaktigt sätt. När man bedömer huruvida det rör sig om etablering eller tjänst är det viktigt att inte enbart se till tiden. Det är också relevant att se till hur regelbundet, periodiskt eller kontinuerligt det bedrivs.

Det är inte tillåtet att direkt diskriminera näringsutövare på grund av deras nationalitet, det kan endast rättfärdigas med stöd av de snävt tolkade artiklarna 45 och 46 (beträffande tjänster via artikel 55). Verksamhet som är förenad med utövande av offentlig makt kan, enligt artikel 45 legitimera undantag från den fria rörligheten, liksom hänsyn till allmän ordning, säkerhet och hälsa enligt artikel 46.

En medlemsstat skall normalt kunna lita på att den tillståndsprovning och kontroll av en viss näringsverksamhet som sker i hemlandet är tillräcklig. Världlandet anses därför inte ha samma skäl att vidta några egna tillstånds-

---

<sup>83</sup> T.ex. för jurister: Rådets direktiv 77/249/EEG av den 22 mars 1977 om underlättande för advokater att effektivt begagna sig av friheten att tillhandahålla tjänster, EGT 1977 L 78/17.

<sup>84</sup> Mål C 2/74, *Jean Reyners mot belgiska staten*, (REG 1974, s. 631; svensk specialutgåva, volym II).

<sup>85</sup> C 33/74, *Van Binsbergen*.

eller kontrollåtgärder. Det räcker emellertid inte med att en medlemsstat erbjuder näringsidkare från andra medlemsstater samma villkor som den ger sina egna verksamhetsutövare. Hinder i tjänstefallet kan vara nationella krav på yrkesutövare som det inte varit lätt att uppfylla för mer tillfälliga besökare i landet. I *Van Binsbergen*-fallet vägrades en holländsk jurist att få fortsätta som ombud vid holländsk domstol för en holländsk klients räkning sedan han flyttat till Belgien. Domstolen fann att det holländska kravet på en länk mellan platsen för permanent etablering och platsen där tjänsten skulle utföras stred mot de grundläggande syftena med artikel 59 (nu 49)<sup>86</sup>. Skulle den typen av nationella regler accepteras skulle rätten till fri rörlighet för tjänster reduceras till en rätt till etablering<sup>87</sup>.

I *Gebhard*<sup>88</sup>, som rörde möjligheten för en tysk advokat att bedriva verksamhet i Italien, slog domstolen fast att ”nationella villkor som kan hindra eller göra det mindre attraktivt att utöva de grundläggande friheterna som garanteras i fördraget”<sup>89</sup> skall uppfylla fyra förutsättningar. Enligt det s.k. *Gebhard*-testet skall sådana åtgärder; a) vara tillämpliga på ett icke-diskriminerande sätt, b) framstå som motiverade med hänsyn till ett trängande allmänintresse, c) vara ägnade att säkerställa förverkliganden av den målsättning som eftersträvas genom dem och d) inte gå utöver vad som är nödvändigt för att uppnå denna målsättning.

I *Tyska försäkringsfallet*<sup>90</sup> hade en tysk försäkringsmäklare förmedlat engelska försäkringar i Tyskland. Ifall den engelska försäkringsgivaren inte var etablerad och hade koncession i Tyskland var detta inte tillåtet. EG-domstolen kom fram till att de tyska kraven på etablering och koncession stred mot rätten till fri rörlighet för tjänster. Däremot ansåg domstolen att det fanns anledning att godta krav på koncession som förutsättning för försäkringsverksamhet av hänsyn till intresset av konsumentskydd, emellertid under förutsättning att koncession gavs till alla företag som uppfyllde de lagstadgade kraven i det land för vilket försäkringen skulle gälla. Kravet på etablering underkändes emellertid<sup>91</sup>.

En skillnad mellan etableringar och tjänster är att medlemsstaterna har större möjligheter att reglera etableringar striktare än tjänster. Etableringarna är till sin natur mer stadigvarande och kan ses som en del av medlemsstatens ekonomiska liv. I tjänstefallet blir det mer besvärligt eftersom även icke-

---

<sup>86</sup> C 33/74, *Van Binsbergen*, p. 11.

<sup>87</sup> Common Market Law Report (CMLR), 1975:1, s. 305f.

<sup>88</sup> Mål C-55/94, *Reinhard Gebhard mot Consiglio dell'Ordine degli Avvocati e Procuratio di Milano*, (REG 1995, I-4165.).

<sup>89</sup> C-55/94, *Gebhard*, p. 39.

<sup>90</sup> Mål C-205/84, *Europeiska gemenskapernas oommission mot Förbundsrepubliken Tyskland*, (REG 1986, s. 3755; svensk specialutgåva, volym VIII).

<sup>91</sup> C-205/84, *Kommissionen mot Tyskland*, p. 57 och 63.



diskriminerande åtgärder kan komma att helt slå undan förutsättningarna för en fri tjänsterörlighet<sup>92</sup>.

När det gäller TV-sändningar är det så att de vanligtvis sker från fasta anläggningar och inte på temporär basis. Det temporära kravet för åtnjutande av tjänstefriheten förefaller emellertid EG-domstolen ha gjort avkall på inom TV-området enligt Johan Lans<sup>93</sup>. Domstolen har som tidigare nämnts fastställt i praxis att TV-sändningar – om de uppfyller kravet på gränsöverskridande verksamhet – faller inom ramen för rätten till fri rörlighet för tjänster. EG-domstolen utvidgar således i denna mening den fria rörligheten för tjänster i kontexten av TV-verksamhet. Gränsöverskridande TV-reklam har bedömts som en tjänst i EG-fördragets mening<sup>94</sup>.

### 3.1.4 Kommentar

TV-direktivet har genomförts i svensk rätt genom förslag i prop. 1992/93:75. Det innebär att de delar av medierätten som harmoniseras i TV-direktivet skall vara uppfyllda i den svenska rätten.

Det pågår nu en översyn av direktivet som bl.a. skall utreda behovet av förändringar i direktivet.

TV-sändningar och TV-reklam faller in under den fria rörligheten för tjänster och det är alltså inte tillåtet för medlemsstaterna att sätta upp hinder mot TV-sändningar.

## 3.2 Yttrandefrihet

Inom EU utgör skyddet för de mänskliga rättigheterna en central rättsprincip. I artikel 6.2 i unionsfördraget är det fastslaget att unionen skall som allmänna principer för gemenskapsrätten respektera de grundläggande rättigheterna såsom de garanteras i Europakonventionen för mänskliga rättigheter (EKMR) och såsom de följer av medlemsstaternas gemensamma konstitutionella traditioner.

EG-domstolen har i flera fall tolkat och tillämpat EKMR. Det har bl.a. framkommit att medlemsstaterna har en skyldighet att respektera de grundläggande rättigheterna inom gemenskapsrätten vid implementeringen

---

<sup>92</sup> Bernitz Ulf, *TV-reklam och räckvidden av svensk marknadsrätt*, Juridisk Tidskrift vid Stockholms Universitet, 1997-98, s. 482-483.

<sup>93</sup> Lans H Johan, *Jurisdiktion över TV-sändningar i EU*, Norstedts Juridik AB, 1996, s. 33.

<sup>94</sup> Mål C-325/85, *Bond van Adverteeders m.fl. mot nederländska staten*, (REG 1988, s. 2085; svensk specialutgåva, volym IX), De förenade målen C-34/95, C-35/95 och C-36/95, *Konsumentombudsmannen (KO) mot De Agostini (Svenska) Förlag AB och TV-shop i Sverige AB*, (REG, 1997, I-3843).

av rättsakter från gemenskapen<sup>95</sup>. I *ERT-fallet*<sup>96</sup> prövade domstolen en fråga om en nationell begränsning av tjänsters fria rörlighet, grundad på hänsyn till allmän ordning. Domstolen fann att det grekiska förbudet för andra företag än det statliga TV-bolaget att sända TV-program måste bedömas i ljuset av allmänna rättsprinciper och särskilt då mänskliga rättigheter. Domstolen ansåg att principen om yttrandefrihet i artikel 10 i EKMR kunde åberopas inför den nationella domstolen för att legitimera likabehandlande men samhandelshindrande åtgärder<sup>97</sup>.

### 3.3 “Television utan gränser”-direktivet

#### 3.3.1 Bakgrund

Det är idag en självklarhet att kunna ta emot och se utländska kanaler på TV. Det var emellertid inte förrän 1989 som en gemensam reglering, för att försäkra sig om en gränsöverskridande television inom EU, kom till. Då antogs rådets direktiv 89/552/EEG om gränsöverskridande television. Direktivet har etablerat principen om fria sändningar av TV-program inom unionen genom att harmonisera TV-lagstiftningen inom medlemsstaterna på en rad viktiga punkter. Mediernas dynamiska natur, liksom konvergensutvecklingen, medför att mediemarknaden förändrats markant sedan 1989 och är under ständig förändring. För att direktivet skall hållas aktuellt skrevs det in i direktivets artikel 26 att kommissionen skall rapportera om genomförandet av direktivet och, om nödvändigt, utarbeta ytterligare förslag för att anpassa det till utvecklingen på TV-sändningsområdet, särskilt mot bakgrund av den senaste tekniska utvecklingen. För att bättre kunna svara mot de tekniska förändringar som skett sedan direktivet trädde i kraft reviderades direktivet 1997 genom direktiv 97/36/EG. Den senaste rapporten lämnades av kommissionen i januari 2001<sup>98</sup> och bestämmelserna skall ses över i slutet av 2002.

Direktivet är antaget med stöd av Fördragets artiklar 57.2 (nu 47.2) och 66 (nu 55). Av direktivets ingress premiss 3 framgår det att direktivets syfte är att främja gemenskapens integration, dels genom skapandet av en gemensam produktions- och distributionsmarknad för TV-program, dels genom upprättandet av lojala konkurrensförhållanden inom TV-området.

De främsta målen för EU:s audiovisuella politik är att främja produktion och distribution av europeiska produktioner, dels genom att skapa en säker och

---

<sup>95</sup> Mål C-5/88, *Hubert Wachauf mot Bundesamt für Ernährung und Forstwirtschaft*, (REG, 1989, s. 2609).

<sup>96</sup> Mål C-260/89, *ERT*.

<sup>97</sup> C-260/89, *ERT*, p. 41f.

<sup>98</sup> COM (2001) 9 final 15.1.2001.

stabil rättslig ram för att säkerställa friheten att tillhandahålla audiovisuella tjänster, och dels genom lämpliga stödåtgärder.<sup>99</sup>

TV-direktivet innehåller sju kapitel. I kapitel 1 definieras ett antal begrepp som används i direktivet. Kapitel 2 innehåller de grundläggande reglerna om medlemsstaternas rättigheter och skyldigheter. I kapitel 3 finns regler om europeiska programkvoter samt om sändning av biografier i TV. Kapitel 4 innehåller allmänna regler om TV-reklam och sponsring, regler om hur reklaminslag får sättas in i program och om högsta tillåtna sändningstid för TV-reklam samt särskilda regler för vissa typer av reklam. I kapitel 5 föreskrivs förbud eller restriktioner mot sändningar med visst innehåll. Kapitel 6 reglerar rätten att beriktiga felaktiga sakuppgifter. I kapitel 7 anges bl.a. när direktivet skall vara genomfört i medlemsstaternas lagstiftning och när det skall ses över av kommissionen.

Direktivet reglerar inte allt, t.ex. inte mångfald inom media, och regleringarna är inte alltid uttömmande, exempelvis inte för reklam. Det är alltså frågan om en partiell harmonisering av TV-sändningslagarna inom medlemsländerna. Artikel 3.1 i direktivet ger också staterna rätt att införa hårdare regleringar för de programföretag som faller in under deras jurisdiktion. Direktivet är alltså ett s.k. ”minimidirektiv”, där grunderna för regleringarna sätts i direktivet men varje medlemsstat har rätt att sätta striktare regleringar för de sändningsbolag som etablerar sig inom deras jurisdiktion.

### 3.3.2 Tillämpningsområde för TV-direktivet

Direktivet sätter upp ramar för att möjliggöra fri rörlighet för TV-sändningar inom den inre marknaden genom en harmonisering av medlemsstaternas lagar och andra författningar angående TV-tjänster. TV-sändningar som uppfyller direktivets krav skall fritt kunna cirkulera inom hela unionen och mottagarländer får inte direkt eller indirekt hindra sändningar från att mottagas eller vidareändas i det egna landet.

I direktivets artikel 1 definieras TV-sändningar. Hit räknas den ursprungliga överföringen av TV-program avsedda för mottagning av allmänheten, per tråd eller genom luften inklusive överföring via satellit, i ej kodad eller kodad form. Begreppet omfattar överföring av program mellan företag för vidareändning till allmänheten men omfattar inte kommunikationstjänster som tillhandahåller data eller andra meddelanden som efterfrågas individuellt såsom telefax, databaser och andra liknande tjänster.

Tjänster som efterfrågas individuellt omfattas alltså inte av direktivet. Det innebär att audiovisuella tjänster där kunden själv beställer signalen hos en leverantör, som därefter skickar signalen endast till den aktuella kunden, inte omfattas av direktivet.

---

<sup>99</sup> Hughes, *Europe and the challenges of the new television era*, s. 26.

### 3.3.3 Jurisdiktion över TV-sändningar

I direktivets artikel 2.1 stadgas det att medlemsstaterna skall säkerställa att alla TV-sändningar som faller under deras jurisdiktion överensstämmer med nationella regler och direktivet. I artikel 2.2 stadgas det att medlemsstaterna har jurisdiktion över de programföretag som är etablerade i den aktuella medlemsstaten i enlighet med artikel 2.3. Artikel 2.3 sätter ut hierarkiska regler för att bestämma etablering. Om programföretaget har sitt huvudkontor i en medlemsstat och de redaktionella besluten angående schemat för programmen tas i samma medlemsstat anses det som etablerat i den medlemsstaten. Är det så att ett programföretag har huvudkontoret i en medlemsstat men redaktionella beslut angående schemat för programmen tas i en annan medlemsstat ses programföretaget som etablerat i den medlemsstat där en betydande del av arbetsstyrkan som arbetar med TV-sändningsverksamhet utövar sin verksamhet. Arbetar en majoritet av personalen i båda dessa stater ses företaget som etablerat i den medlemsstat där huvudkontoret ligger. Är det istället så att det inte utförs någon betydande del av arbetet i någon av dessa stater ses programföretaget som etablerat i den medlemsstat där det först började sända i enlighet med denna medlemsstats lag, förutsatt att det har en stabil och effektiv relation till den statens ekonomi. Det här kravet på arbetsstyrkan är viktigt, särskilt med tanke på de programföretag vars huvudkontor är beläget i en annan medlemsstat än den mot vilken de riktar sina program, eftersom det ofta är i den senare staten som programmen produceras eller köps in.

Innan revisionen av direktivet var det oklart hur jurisdiktionen skulle bestämmas. EG-domstolen slog emellertid fast i *Kommissionen mot Storbritannien*<sup>100</sup> att den medlemsstat på vars territorium programföretaget är etablerat är den enda medlemsstat som skall ha jurisdiktion i frågor som rör direktivet. Domstolen påpekade att direktivets ordalydelse lämnade utrymme för tolkning men att etablering utifrån artikel 59 (nu 49) var det effektivaste kriteriet för jurisdiktion *ratione personae*<sup>101</sup>.

EG-domstolen hade en fråga upp om etablering under det icke-reviderade direktiv 89/552/EEG som gällde ett programföretag som var etablerat i mer än en medlemsstat<sup>102</sup>. I *VT4-fallet* uttryckte domstolen att etableringen anses vara ”inom den medlemsstats jurisdiktion på vars territorium programföretaget har sin huvudsakliga verksamhet”<sup>103</sup>.

Efter den senaste översynen av direktivet är det, vilket tagits upp ovan, nu tydligt stadgat i direktivet att det är etablering som avgör jurisdiktion. Det är även medtaget hierarkiska regler för hur etablering bestäms.

---

<sup>100</sup> Mål C-222/94, *Kommissionen mot Storbritannien*.

<sup>101</sup> Mål C-222/94, *Kommissionen mot Storbritannien*, pp. 40-42.

<sup>102</sup> Mål C-56/96, *VT4 Ltd mot Vlaamse Gemeenschap*, (REG, 1997, I-3143).

<sup>103</sup> Mål C-56/96, *VT4*, p. 19.

### 3.3.3.1 Kringgående av nationell TV-lagstiftning

Artiklarna 2 och 2.a.1, som stadgar att medlemsstaterna skall säkerställa fri mottagning och inte får begränsa vidaresändning inom sina territorier av TV-sändningar från andra medlemsstater av skäl som hör under områden som omfattas av detta direktiv, definierar alltså huvudregeln i direktivet om jurisdiktion. Eftersom TV-direktivet är en harmonisering av medlemsstaternas TV-lagstiftning och dubbelkontroll skulle försvåra den fria rörligheten för tjänster innebär huvudregeln att, om en medlemsstat utövar primär jurisdiktion över ett programföretags TV-sändningar har andra medlemsstater att acceptera dessa och ta emot TV-sändningarna i o censurerad form.

Det finns ett undantag från huvudregeln i direktivet. I artikel 2.a.2 i direktivet framkommer det att medlemsstaterna tillfälligt kan göra undantag från artikel 2.a.1 om följande villkor uppfylls: a) En TV-sändning som kommer från en annan medlemsstat överträder uppenbarligen, allvarligt och grovt artikel 22.1 eller 22.2 och/eller artikel 22a. b) Programföretaget har under de föregående tolv månaderna överträtt bestämmelsen/bestämmelserna som avses i a vid minst två tillfällen. c) Den berörda medlemsstaten har skriftligen underrättat programföretaget och kommissionen om de angivna överträdelserna och om de åtgärder staten avser att vidta om en sådan överträdelse skulle inträffa igen. d) Samråd med den sändande medlemsstaten och kommissionen har inte resulterat i någon uppgörelse i godo inom 15 dagar efter den skriftliga underrättelsen enligt c och den angivna överträdelserna fortsätter.

I artikel 22 totalförbjuds programmaterial som kan bedömas skada barns fysiska, mentala och moraliska utveckling. Sådant material kan t.ex. utgöras av pornografi och meningslöst våld<sup>104</sup>.

Förutom detta undantag är det inte helt klarlagt vad som gäller i frågan huruvida medlemsstater har rätt att förhindra kringgående av nationell lagstiftning. Rätten att bekämpa kringgående är dels fastlagd i praxis från EG-domstolen<sup>105</sup>, och dels i TV-direktivets ingress i den 14:e premissen. Där det, vilket tagits upp ovan, stadgas att en medlemsstat har rätt att vidta åtgärder mot ett programföretag som är etablerat i en annan medlemsstat, vars verksamhet uteslutande eller huvudsakligen riktar sig mot den första medlemsstatens territorium, om företagets etablering har gjorts i syfte att kringgå den lagstiftning som skulle ha varit tillämplig på detta företag om det hade etablerat sig inom den första medlemsstatens territorium. Det här fastslogs i *Van Binsbergen-fallet*<sup>106</sup> där även andra principer av vikt framkom. I avgörandet framgår dels att artiklarna 59 och 60 (nu 49 och 50)

---

<sup>104</sup> Mål E-8/97, *TV1000*.

<sup>105</sup> Mål C-33/74 *Van Binsbergen*, Mål C-23/93, *TV10 SA mot Commissariat voor de Media*, (REG 1994, s. 4795; svensk specialutgåva, volym XVI).

<sup>106</sup> Mål C-33/74, *Van Binsbergen*, p. 13.

har direkt effekt, dels att artiklarna förhindrar alla krav som påläggs individer som tillhandahåller tjänster, vilka inte påläggs individer som är etablerade inom det nationella territoriet, eller vilka kan förhindra eller på annat sätt försvåra verksamheten för den som tillhandahåller tjänster<sup>107</sup>. Det är alltså så att en medlemsstat inte är förhindrad att vidta åtgärder mot en person som tillhandahåller tjänster, om tjänsterna helt eller principiellt riktar sig mot medlemsstaten och skälet till att personen väljer att utnyttja den fria rörligheten för tjänster är att kringgå yrkesregler (vilka kan motiveras av ett allmänt intresse) som personen skulle ha ålagts om han vore etablerad i medlemsstaten<sup>108</sup>. I *Veronica-fallet*<sup>109</sup> fastställde domstolen att medlemsstaterna har rätt att vidta åtgärder mot kringgående av nationell lagstiftning i kontexten av TV-verksamhet<sup>110</sup>. EG-domstolen fastslog i *TV10-målet* att EG-fördraget artiklarna 59 och 60 (nu 49 och 50), stadgande friheten att tillhandahålla tjänster, skall tolkas så att de under vissa omständigheter inte förhindrar en medlemsstat från att behandla ett programföretag som är etablerat i en annan medlemsstat som ett inhemskt företag<sup>111</sup>. Domstolen befäster i *TV10-målet* den princip som utkristalliseras i *Veronica-målet*: friheten att tillhandahålla tjänster förhindrar inte medlemsstaterna från att tillämpa nationell radio- och TV-lagstiftning på programföretag vilka söker kringgå striktare regleringar genom att etablera sig i andra medlemsstater än de mot vilka verksamheten i huvudsak riktas<sup>112</sup>.

Det är förstås ett hinder mot harmoniseringen att medlemsstaterna skall kunna återopa kringgående inom den inre marknaden. Möjligheten att införa hårdare regleringar i enlighet med artikel 3.1 skulle emellertid förlora sitt syfte ifall medlemsstaterna inte skulle kunna tillvarata dessa genom att återopa kringgående. I *Kommissionen mot Belgien*<sup>113</sup> höll emellertid domstolen det öppnet ifall *Van Binsbergen*-principen fortfarande gällde.

Eftersom *Van Binsbergen*-principen nu finns med i direktivets ingress premiss 14 kan den ses som tillämpbar, men bara i undantagsfall. En medlemsstat kan inte generellt och *a priori* hindra TV-tjänster från företag etablerade i andra medlemsstater<sup>114</sup>. Kringgående får alltså inte presumeras utan måste bestämmas *ad hoc*. Eftersom *Van Binsbergen*-principen utgör ett undantag från en grundläggande frihet måste den tolkas restriktivt och den berörda medlemsstaten måste visa att det begåtts ett rättsmissbruk<sup>115</sup>.

---

<sup>107</sup> Mål C-33/74, *Van Binsbergen*, p. 10.

<sup>108</sup> Mål C-33/74, *Van Binsbergen*, p. 12.

<sup>109</sup> Mål C-140/91, *Veronica Omroep Organisatie mot Commissariat voor de Media*, (REG 1993, I-487; svensk specialutgåva, volym XIV).

<sup>110</sup> Mål C-140/91, *Veronica*, p. 15.

<sup>111</sup> Mål C-23/93, *TV10*, p. 21.

<sup>112</sup> Mål C-23/93, *TV10*, p. 26.

<sup>113</sup> Mål C-11/95, *Europeiska gemenskapernas kommission mot Konungariket Belgien*, (REG, 1996, I-4115).

<sup>114</sup> Mål C-11/95, *Kommissionen mot Belgien*, p. 65.

<sup>115</sup> Generaladvokat Lenz yttrande i Mål C-11/95, *Kommissionen mot Belgien*, p. 71f.

Förespråkare för *Van Binsbergen*-principen är bl.a. Johan Lans<sup>116</sup>. *Van Binsbergen*-principen kan enligt honom ses som en tillämpning av en generell rättsprincip erkänd i de flesta rättssystem, om bekämpning av missbruk av rättigheter. Den kan även ses som ett sista skydd mot social dumping och en kodifiering av principen är enligt Lans en logisk utveckling av EG-domstolens tidigare praxis om medlemsstaternas rätt att vidta skyddsåtgärder mot missbruk av gemenskapens friheter<sup>117</sup>.

Att *Van Binsbergen*-principen numera ingår i ingressen innebär att den kan användas som tolkningsstöd. Ingressen inleder varje förordning eller direktiv och preciserar syftet och anger vad som har tagits i beaktande vid rättsaktens utfärdande. Ett problem är emellertid, som tidigare nämnts, att en ingress ofta är rätt allmänt hållen och gärna omnämner alla i sammanhanget relevanta intressen.

### 3.3.3.2 Regler för nationella TV-företag

Artikel 2.1 stadgar att varje medlemsstat skall se till att alla TV-sändningar som utgår från programföretag etablerade inom deras jurisdiktion följer reglerna för TV-sändningar riktade till allmänheten i den aktuella medlemsstaten. Syftet är att det inte skall vara möjligt att locka till sig företag från andra medlemsstater genom att ha mindre strikta regler för dessa, än för de nationella bolagen, när de sänder program riktade till andra medlemsstater<sup>118</sup>. Det var en av huvudfrågorna i det tidigare nämnda *Kommissionen mot Storbritannien*-fallet. Där var det fråga om att Storbritannien ansågs tillämpa olika hårda föreskrifter på inhemska och icke-inhemska satellittjänster. Detta skulle kunna medföra att TV-bolag, både ifrån gemenskapen och utifrån, skulle komma att etablera sig i Storbritannien för att få en fördelaktigare behandling när de sände till andra medlemsstater, och det var alltså inte tillåtet<sup>119</sup>. Det betyder att medlemsstater inte får ha fördelaktigare regler för programföretag som helt eller principiellt riktar TV-sändningar till andra medlemsstater än den aktuella.

### 3.3.3.3 Hindra återsändningar

I *Kommissionen mot Belgien* påpekade domstolen att direktivet inte gör någon åtskillnad mellan primär- och sekundär-sändning. Det betyder att även kabel-TV-sändningar går in under direktivets tillämpningsområde<sup>120</sup>. EG-domstolen förbjöd ett system av tillståndsgivning för återsändning genom kabel av TV-sändningar med ursprung från andra medlemsstater<sup>121</sup>. I domen framgår det tydligt att det endast är den stat vari programföretaget är

---

<sup>116</sup> Johan Lans i boken ”*Jurisdiktion över TV-sändningar i EU*”.

<sup>117</sup> Lans, *Jurisdiktion över TV-sändningar i EU*, s. 90.

<sup>118</sup> Drijber, *The revised Television Without Frontiers*, s. 97.

<sup>119</sup> Mål C-222/94, *Kommissionen mot Storbritannien*, p. 74.

<sup>120</sup> Mål C-11/95, *Kommissionen mot Belgien*, p. 23.

<sup>121</sup> Se även Mål C-353/89, *Europeiska gemenskapernas kommission mot Nederländerna*, (REG, 1991, s. 4069; svensk specialutgåva, volym XI).

etablerat som kan se till att det följer direktivet. Domstolen påvisade också att, även om det finns tydliga bevis för att ett visst TV-bolag inte håller sig till reglerna i direktivet, så har inte mottagarstaten någon rätt att utöva egen kontroll i detta avseende<sup>122</sup>. Det här bekräftades i fallet *Denuit*<sup>123</sup>.

#### **3.3.3.4 Kontroll och upprätthållande av direktivet**

TV-direktivet är riktat till medlemsstaterna men ställer även upp en mängd regler för programföretagen. Artikel 3.2 i direktivet stadgar att medlemsstaterna skall säkerställa att programföretag under deras jurisdiktion uppfyller kraven i direktivet. Skulle en medlemsstat underlåta detta är artikel 3.2 den rättsliga grunden i direktivet för en talan inför EG-domstolen enligt artikel 226 i EG-fördraget. Det är alltså medlemsstaterna själva som skall kontrollera att direktivet följs och det är kommissionen som kontrollerar medlemsstaterna.

Det finns nu en kontaktkommitté bestående av experter från medlemsstaterna i enlighet med direktivets artikel 23.a. Kommittén skall underlätta utbytet av erfarenheter mellan medlemsstaterna.

### **3.3.4 Marknadsföring**

I direktivets 1 kap. artikel 1 definieras TV-reklam, smyg reklam, sponsring och köp-TV. Begreppet *TV-reklam* innefattar enligt artikel 1 c varje form av meddelande av ett offentligt eller privat företag i samband med handel, affärsverksamhet, hantverk eller yrke i avsikt att främja tillhandahållande mot betalning av varor eller tjänster m.m., som sänts antingen mot betalning eller mot liknande ersättning eller som är egenreklam. Med *smygreklam* avses enligt artikel 1 d presentation av varor m.m. som avses tjäna som reklam men där allmänheten kan vilseledas i fråga om presentationens art. Det följer av artikel 1 e att *sponsring* betecknar vissa bidrag för finansiering av TV-program som syftar till att främja ett företags namn, varumärke, anseende, verksamhet eller produkter. Med *köp-TV* avses sändning av direkta erbjudanden till allmänheten med avseende på att tillhandahålla varor m.m. mot betalning enligt artikel 1 f.

#### **3.3.4.1 TV-reklam och köp-TV**

I 4 kap. artikel 10 föreskrivs att TV-reklam och köp-TV skall kunna identifieras. Därför skall TV-reklam och köp-TV vara lätta att känna igen och hållas åtskilda från andra delar av programtjänsten med optiska eller akustiska medel. Enstaka reklaminslag och köp-TV-inslag får endast förekomma undantagsvis. Reklam och köp-TV får inte ske i smyg eller använda subliminalteknik<sup>124</sup>.

---

<sup>122</sup> Mål C-11/95, *Kommissionen mot Belgien*, p. 34.

<sup>123</sup> Mål C-14/96, *Brottmål mot Paul Denuit*, (REG 1997, I-2785).

<sup>124</sup> Följer av artikel 10.1-10.3. Subliminalteknik innebär att sändningen sker på sådant sätt att budskapet ligger under gränsen för det som medvetet kan uppfattas. Ds 2001:18, s.19.



Artikel 11 reglerar hur reklaminslag och köp-TV-inslag får sättas in i programmen. Enligt artikel 11.1 skall reklaminslag och köp-TV-inslag infogas mellan program. I vissa fall är det emellertid tillåtet att infoga reklaminslag och köp-TV-inslag i programmen. En förutsättning är att det sker på sådant sätt och med hänsyn till naturliga pauser samt programmets sändningslängd och karaktär att varken programmets integritet och värde eller innehavarens rättigheter kränks. Dessutom skall villkoren i artikel 11.2-5 vara uppfyllda. Artikel 11.2 gäller program som består av fristående delar, sportprogram eller evenemang som struktureras på liknande sätt samt föreställningar som innehåller pauser. I sådana program skall reklamen sättas in mellan delarna eller i pauserna. Artikel 11.3 behandlar spelfilmer eller filmer gjorda för TV med undantag för TV-serier, lätta underhållningsprogram och dokumentärer. Sådana program får, om de har en programlagd sändningstid som överstiger 45 minuter, avbrytas av reklam en gång för varje hel 45-minutersperiod. Om den programlagda sändningstiden är minst 20 minuter längre än två eller flera fullständiga 45-minutersperioder får ytterligare ett avbrott göras. Enligt artikel 11.4 skall minst 20 minuter förflyta mellan reklaminslag och köp-TV-inslag. Vissa program får inte avbrytas av reklaminslag enligt artikel 11.5. Det gäller dels alla gudstjänster, dels nyhetsprogram, program om aktuella samhällsfrågor, dokumentärprogram, religiösa program och barnprogram om deras sändningstid är mindre än 30 minuter. Om den programlagda sändningstiden är 30 minuter eller mer skall vad som sägs i artikel 11.1-11.4 gälla.

Artikel 12 innehåller allmänna regler om innehållet i TV-reklam och köp-TV. Enligt denna artikel får TV-reklam och köp-TV inte a) undergräva respekten för den mänskliga värdigheten, b) diskriminera någon på grund av ras, kön eller nationalitet, c) angripa religiös eller politisk övertygelse, d) uppmuntra ett beteende som är skadligt för hälsa och säkerhet eller e) uppmuntra ett beteende som är skadligt för miljön.

Enligt artikel 13 är alla former av TV-reklam och köp-TV för cigaretter eller andra tobaksvaror förbjudna.

I artikel 14.1 föreskrivs att TV-reklam för medicinska produkter och medicinsk behandling skall vara förbjuden, om produkterna eller behandlingarna är tillgängliga endast efter ordination i den medlemsstat till vars jurisdiktion programföretaget hör. Köp-TV för medicinska produkter är förbjudet om det krävs försäljningstillstånd medan köp-TV för medicinsk behandling alltid är förbjudet enligt artikel 14.2.

Artikel 15 innehåller regler om TV-reklam och köp-TV för alkoholhaltiga drycker. Den får inte a) rikta sig speciellt till minderåriga eller särskilt skildra minderåriga som intar dessa drycker, b) förknippa konsumtion av alkohol med förbättrad fysisk prestation eller med bilkörning, c) ge intryck av att konsumtion av alkohol bidrar till social eller sexuell framgång, d) göra gällande att alkohol har terapeutiska egenskaper eller att den är ett

stimulerande eller lugnande medel eller ett medel för att lösa personliga konflikter, e) uppmuntra till överkonsumtion av alkohol eller ge en negativ bild av nykterhet eller återhållsamhet eller f) framhålla en hög alkoholhalt som en positiv egenskap hos dryckerna.

Enligt artikel 16.1 skall TV-reklam inte orsaka moralisk eller fysisk skada hos minderåriga. Därför skall den inte a) direkt uppmana minderåriga att köpa en produkt eller tjänst genom att utnyttja deras oerfarenhet eller godtrogenhet, b) direkt uppmana minderåriga att övertala sina föräldrar eller andra att köpa de utannonserade varorna eller tjänsterna, c) utnyttja det speciella förtroende som minderåriga hyser för föräldrar, lärare eller andra personer eller d) utan skäl visa minderåriga i farliga situationer. Köp-TV skall uppfylla samma krav som TV-reklam och dessutom inte uppmana minderåriga att ingå avtal om köp m.m. enligt artikel 16.2.

I artikel 18.1 behandlas den högsta tillåtna sändningstiden för reklaminslag, köp-TV-inslag och andra former av reklam. Enligt artikel 18.1 får sändningstiden för reklaminslag, köp-TV-inslag och andra former av reklam, med undantag för sändningsblock för köp-TV, inte överstiga 20 procent av den dagliga sändningstiden. Sändningstiden för reklaminslag får inte överstiga 15 procent av den dagliga sändningstiden. Reklaminslagens och köp-TV-inslagens längd inom en given timme mellan hela klockslag får inte överstiga 20 procent enligt artikel 18.2. Artikel 18.3 föreskriver att vissa slags inslag inte skall anses som reklam vid tillämpning av artikel 18.1-2. Det gäller programföretagens annonseringar i samband med egna program och produkter med programanknytning som har direkt koppling till programmen samt meddelanden till allmänheten och välgörenhetsmeddelanden som sänds gratis.

Artikel 18.a behandlar sändningsblock för köp-TV. Enligt artikel 18.a.1 skall sändningsblock för köp-TV, i en kanal som inte uteslutande är avsedd för köp-TV, ha en sammanhängande varaktighet av minst 15 minuter. Det högsta antalet sändningsblock per dag skall vara åtta och den sammanlagda sändningstiden får inte överstiga tre timmar per dag enligt artikel 18.a.2.

I artiklarna 19 och 19.a anges att direktivet, utom kapitel 3 om främjande av distribution och produktion av TV-program, i huvudsak gäller för vissa specialkanaler, nämligen kanaler som uteslutande är avsedda för köp-TV respektive egenreklam.

Enligt artikel 20 får medlemsstaterna, med vederbörlig hänsyn till gemenskapsrätten, fastställa andra villkor än de som anges i artiklarna 11.2-11.5 och artiklarna 18 och 18.a i fråga om sändningar som är avsedda uteslutande för det nationella territoriet och som inte kan tas emot, direkt eller indirekt av allmänheten i en eller flera andra medlemsstater. Detta gäller utan att det påverkar tillämpningen av artikel 3.

### 3.3.4.2 Sponsring

I artikel 17.1 anges vilka krav sponsrade program skall uppfylla. Innehåll och programläggning av sponsrade program får under inga förhållanden påverkas av sponsorn på ett sätt som inverkar på programföretagets ansvar och redaktionella oberoende avseende program enligt artikel 17.1.a<sup>125</sup>. Programmen måste klart identifieras som sponsrade genom att sponsorns namn och/eller logotyp anges i början och/eller slutet av programmen vilket föreskrivs av artikel 17.1.b. EG-domstolen har i *RTI*<sup>126</sup> godtagit att direktivet inte förbjuder referenser till namn och/eller loggor av sponsorn vid andra tillfällen än början och/eller slutet av sponsrade program. Emellertid skall ett sådant omnämnande inte bidra till kringgående av förbudet mot smyg reklam<sup>127</sup>. Sponsrade program skall inte uppmuntra till köp eller förhyrning av sponsorns eller tredje parts produkter eller tjänster, särskilt inte genom speciella säljfrämjande hänvisningar till dessa enligt artikel 17.1.c. Artikel 17.2 anger att TV-program inte får sponsras av företag vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av cigaretter och andra tobaksvaror. Enligt artikel 17.3 får sponsring av företag vars verksamhet inbegriper tillverkning eller försäljning av medicinska produkter eller medicinsk behandling främja företagets namn eller anseende men inte särskilda medicinska produkter eller medicinska behandlingar som bara är tillgängliga efter ordination. Nyhetsprogram eller program som tar upp aktuella samhällsfrågor får inte sponsras enligt artikel 17.4.

### 3.3.4.3 Utvecklingen av marknadsföringsregleringarna

Reglerna om TV-reklam och sponsring hör till de kärnämnen som regleras av direktivet. Reklam har varit ett av de områden där gränsproblem varit mest frekventa<sup>128</sup>. Det beror bl.a. på att reklambranschen är en penningsslukande sektor och med tanke på hur många som livnär sig på den är det inte konstigt att nationella reklamrestriktioner skapar protester från många näringsidkare.

När direktivet reviderades fanns ett visst tryck från reklamindustrin om att öka sändningstiden för reklaminslag. Med flertalet nya kanaler på marknaden och ännu fler att förvänta ansågs det inte längre finnas samma behov av att skydda konsumenten från ett överflöd av reklam. Det är emellertid så att reglerna inte bara är till för att skydda tittaren utan skälen är mer långtgående och bl.a. till för att skydda mångfalden inom media, särskilt med hänsyn till olik tänkande.<sup>129</sup>

---

<sup>125</sup> Kommissionen hade på förslag att sponsra någon typ av doku-såpa som skulle föra fram EU-positiva värderingar. Förslaget gick inte igenom eftersom det strider mot bestämmelsen i direktivet. Artikel i Aftonbladet, 1995-03-02.

<sup>126</sup> Förenade målen C-320/94 m.fl., *Reti Televisive SpA (RTI) m.fl. mot Ministero delle Poste e Telecomunicazioni*, (REG, 1996, I-6471.).

<sup>127</sup> Förenade målen C-320/94 m.fl., *RTI*, p. 45f.

<sup>128</sup> Se bl.a. avgörandet Mål C-52/79, *Procureur du Roi mot Marc J. V. C. Debaue m.fl.*, (REG 1980, s. 833, svensk specialutgåva, volym V).

<sup>129</sup> Drijber, *The revised Television Without Frontiers Directive*, s. 113f.

Möjligheten för medlemsstater att införa striktare regleringar för de programföretag som sänder under deras jurisdiktion enligt artikel 3.1 är viktig i reklamsammanhang. Det har inte minst visats i praxis. I *Leclerc-Siplec*<sup>130</sup> fastslog domstolen att direktivet inte utgör hinder mot att en medlemsstat förbjuder sändning av reklaminslag till förmån för den ekonomiska distributionssektorn genom de programföretag som är etablerade inom dess territorium<sup>131</sup>. I *Brutto/Netto*<sup>132</sup> behandlades frågan hur man beräknar tiden för reklamavbrott. Domstolen kom fram till att det enligt TV-direktivet är bruttoprincipen som gäller, vilket innebär att reklaminslagens sändningstid skall medräknas i den 45-minutersperiod som skall beräknas för att bestämma det tillåtna antalet reklamavbrott i en sändning<sup>133</sup>. Det förhindrar emellertid inte en medlemsstat enligt artikel 3.1 i TV-direktivet från att införa nettoprincipen, vilken innebär att reklamens sändningstid inte skall beaktas vid beräkningen av denna period<sup>134</sup>.

Ett uppmärksammat mål som rör förhållandet mellan EG-rätt och nationell marknadsföringslagstiftning är *De Agostini*<sup>135</sup>. De aktuella annonsföretagen De Agostini och TV-shop marknadsförde produkter i TV genom, dels TV3, som sänder per satellit från Storbritannien, dels svenska TV4. Konsumentombudsmannen (KO) väckte talan mot De Agostini för brott mot förbudet i RTVL mot reklam riktad till barn under 12 år, och mot TV-shop för brott mot de svenska reglerna om vilseledande marknadsföring<sup>136</sup>.

Angående den vilseledande marknadsföringen slog domstolen först fast att TV3 inte står under svensk jurisdiktion eftersom programföretaget är etablerat i Storbritannien. TV-direktivet hindrar emellertid inte en medlemsstat från att tillämpa sådana föreskrifter på TV-sändningar från andra medlemsstater som har till syfte att skydda konsumenter och som i detta syfte tillämpar ett system med förbud och ålägganden riktade till annonsörerna<sup>137</sup>. Domstolen påpekar här att om den mottagande medlemsstaten skulle vara fräntagen varje möjlighet att ingripa mot en annonsör skulle direktivet om kontroll av vilseledande reklam<sup>138</sup> förlora sin mening på TV-området<sup>139</sup>. Det fastslogs nämligen att marknadsföringslagstiftningen inom EU är ofullständigt harmoniserad.

---

<sup>130</sup> Mål C-412/93, *Société d'importation Édouard Leclerc-Siplec mot TF1 Publicité SA och M6 Publicité SA*, (REG, 1995, s. 179.).

<sup>131</sup> Mål C-412/93, *Leclerc-Siplec*, p. 48.

<sup>132</sup> Mål C-6/98, *Arbeitsgemeinschaft Deutscher Rundfunkanstalten (ARD) mot PRO Sieben Media AG*, (REG, 1999, I-7599.).

<sup>133</sup> Mål C-6/98, *Brutto/Netto*, p. 33.

<sup>134</sup> Mål C-6/98, *Brutto/Netto*, p. 43.

<sup>135</sup> De förenade målen C-34/95, C-35/95 och C-36/95, *Konsumentombudsmannen (KO) mot De Agostini (Svenska) Förlag AB och TV-shop i Sverige AB*, (REG, 1997, I-3843.).

<sup>136</sup> De förenade målen C-34/95, C-35/95 och C-36/95, *De Agostini*, p. 14f.

<sup>137</sup> De förenade målen C-34/95, C-35/95 och C-36/95, *De Agostini*, p. 35.

<sup>138</sup> Direktiv 84/450/EEG från den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam inklusive jämförande reklam, 1984, EGT, L 290/23.

<sup>139</sup> De förenade målen C-34/95, C-35/95 och C-36/95, *De Agostini*, p. 37.

Skyddet för barn ansåg emellertid domstolen tillräckligt harmoniserat och åtgärder för att kontrollera innehållet i reklam på denna grund när sändningen står under en annan stats jurisdiktion innebär en sekundär kontroll av utsändningen som strider mot direktivet<sup>140</sup>. Svenska myndigheter kunde sålunda inte kontrollera De Agostinis marknadsföring i TV3 i det här fallet. Annonsörer kan alltså inte hindras i sin verksamhet om det föreligger en tillräcklig grad av harmonisering.

Eftersom TV4 är etablerat i Sverige står programföretaget under svensk jurisdiktion.

### **3.3.5 Främjande av distribution och produktion av europeiska produktioner**

Ett av huvudsyftena med direktivet är att skydda den europeiska kulturen. I artikel 4 i direktivet anges det att medlemsstaterna skall, där så är praktiskt möjligt och på lämpligt sätt, säkerställa att programföretagen reserverar en övervägande del av sin sändningstid för europeiska produktioner. Vad som utgör europeiska produktioner definieras i artikel 6. Artikel 5 anger att minst 10 % av programtiden skall reserveras för europeiska produktioner skapade av producenter som är oberoende av programföretagen.

Ett antal ekonomiska omständigheter talar för en reglering av europeiska produktioner. En viktig anledning är att inte amerikanska TV-serier, som ofta är billiga att köpa in, skall ta över marknaden helt. Det finns även en kulturell aspekt i att bevara språk och en europeisk kultur. Svårigheterna ligger kanske främst i att det är svårt att veta vad det är man skall bevara. Det finns ju ingen klar definition över vad som utgör europeisk kultur. Det har dessutom framkommit kritik mot reglerna som går ut på att de skulle vara en inskränkning i den fria rörligheten för tjänster och att de skulle strida mot konkurrensreglerna<sup>141</sup>.

### **3.3.6 Sändning av “viktiga evenemang” i fri TV**

På samma sätt som för reklam-, sponsring- och köp-TV-reglerna rör sändningar av större evenemang stora finansiella intressen. I artikel 3.a i direktivet stadgas att medlemsstaterna skall säkerställa att programföretag inte på exklusiv basis sänder evenemang som av den aktuella medlemsstaten anses vara av särskild vikt för samhället. Sändningar får inte innebära att en väsentlig del av allmänheten i den medlemsstaten utestängs från möjligheten att följa sådana evenemang genom direktsändning eller tidsförskjuten sändning i fri TV. Det möjliggör för medlemsstaterna att vidta åtgärder för

---

<sup>140</sup> De förenade målen C-34/95, C-35/95 och C-36/95, *De Agostini*, p. 59-61.

<sup>141</sup> För en utförligare diskussion se: Drijber, *The revised Television Without Frontiers Directive*, s.108f.

att skydda rätten till information och att försäkra sig om en så allmängiltig tillgång som möjligt till TV-sändningar av nationella eller icke-nationella tillställningar av stor vikt för samhället, t.ex. fotbolls-VM. Det går här en fin röd tråd mellan friheten för ägare av betal-tv-kanaler att göra goda affärer och det allmänna intresset att kunna se sådana evenemang.

Det system man valt för att harmonisera lagstiftningen på området fungerar i tre faser: a) Medlemsstaterna kan sätta upp listor över viktiga evenemang och vidtaga åtgärder för att försäkra sig om att en större del av allmänheten ”inte frånhänds möjligheten att följa sådana evenemang via direktsändning eller tidsförskjuten sändning.” b) De här åtgärderna måste notifieras till kommissionen som måste kontrollera att de är kompatibla med gemenskapsrätten. De måste också höra kontaktkommitténs åsikt. Alla nationella åtgärder – om de är accepterade – kommuniceras sedan till alla de andra medlemsstaterna och publiceras sedan i Gemenskapens officiella tidning (EGT). c) Medlemsstaterna är sedan ålagda att se till att programföretag under deras jurisdiktion inte kringgår de nationella listorna som satts upp av de andra medlemsstaterna.

Det kan tyckas att den här typen av reglering är en tydlig inskränkning i den fria rörligheten för TV-tjänster. Det är klart att nationella lagar som säkerställer vissa evenemang för den fria TV:n, normalt sett utgör inskränkningar i sändningsfriheten för betal-tv-kanaler. Dessa hinder är emellertid rättfärdigade om vissa mål uppnås. Eftersom det inte är möjligt att göra upp en lista som skulle kunna vara allmängiltig för hela gemenskapen måste man acceptera nationella listor. Vilka evenemang som är av stor betydelse för samhället varierar stort i de olika medlemsstaterna och regleringen måste därför ta hänsyn till nationella olikheter<sup>142</sup>.

### **3.3.7 Kommentar**

Det är tydligt att det finns problem vad gäller regleringarna i direktivet. När stora och motstridiga intressen står på spel är det oundvikligt att någon part blir missnöjd. Gemenskapen arbetar för ett så fritt flöde av TV-sändningar som möjligt, medan medlemsstaterna vill behålla så stor kontroll som möjligt över de sändningar som är riktade till deras territorium. Sedan finns även de företag som livnär sig på betal-tv och på reklam som givetvis strävar efter en så fri konkurrens som möjligt.

Den tekniska utvecklingen skapar även den svårigheter. Det är i vissa fall oklart vad som faller in under direktivets tillämpningsområde och med tanke på konvergens och framtida utveckling kan ett klagande här vara på sin plats.

Ett annat område som behöver tydliggöras är vilka möjligheter medlemsstaterna har att hindra kringgående av nationell lagstiftning. I praxis

---

<sup>142</sup> Jfr. t.ex. Tour de France i Frankrike med cricketmästerskap i Storbritannien.

och genom *Van Binsbergen*-principens införande i ingressen i direktivet är det klart att det finns en möjlighet att förhindra kringgående. Det är också klart att det endast är möjligt i undantagsfall. Vad som inte är klart är vad som kan utgöra ett sådant undantagsfall.

Sammanfattningsvis finns det områden som behöver ses över i TV-direktivet. Under den innevarande översynen av direktivet finns det nu möjligheter för kommissionen att föra fram förslag på nödvändiga förändringar för att överbrygga dessa problem.

## 3.4 Nya medier

### 3.4.1 Digital TV

I och med utbyggnaden av den digitala tekniken förändras den audiovisuella sektorn markant. Kommissionen menar att dessa förändringar troligtvis kommer att kräva reformer för, dels regelverket och dels de stödmekanismer som finns för sektorn<sup>143</sup>. Den snabba utvecklingen inom den audiovisuella sektorn kommer att medföra nya former av innehåll och nya sätt att tillhandahålla detta innehåll. TV-direktivet skyddar ju vissa intressen som t.ex. kulturell och språklig mångfald, skydd av minderåriga och konsumentskydd. Enligt kommissionen hotas inte dessa intressen av den tekniska utvecklingen men omfattande samråd har visat på behov av nya strategier för lagstiftning och teknik i framtiden<sup>144</sup>.

Den tekniska utvecklingen kommer troligtvis skapa problem för lagstiftningen vilket gör en närmare granskning motiverad. Kommissionen har som ett förslag att använda sig av separata strategier för reglering av infrastrukturer för sändning och innehåll. De anser att tjänster genom vilka man tillhandahåller audiovisuellt innehåll bör regleras utifrån deras beskaffenhet och inte beroende på hur de levereras och anpassningar bör ske genom evolution snarare än revolution<sup>145</sup>.

Den digitala utvecklingen gör inte bara att mängden audiovisuellt innehåll och information till medborgaren kommer att öka utan den ökar också möjligheterna för fler aktörer att delta inom produktion och distribution av audiovisuellt innehåll och information. Fördelarna med digital TV är många, det är inte bara det att ett kabel-TV-nät som med analog teknik sänder 30-40 kanaler, med digital teknik kan sända hundratals, utan de digitala kanalerna kan även erbjuda interaktiva tjänster, taltelefoni och snabb Internet-uppkoppling. Det innebär större möjligheter för konsumenten som i högre

---

<sup>143</sup> Meddelande från kommissionen till rådet, europaparlamentet, ekonomiska och sociala kommittén och regionkommittén, principer och riktlinjer för gemenskapens audiovisuella politik i den digitala eran KOM (1999) 657 slutlig, 14.12.1999, s. 2.

<sup>144</sup> 1999 KOM (1999) 657 slutlig, s. 2.

<sup>145</sup> 1999 KOM (1999) 657 slutlig, s. 2.

grad kan välja när och vad han/hon vill se<sup>146</sup>. Kommissionen antar i meddelandet att flera medlemsstater kommer att ha övergått från analoga till digitala sändningar år 2010. Med hänsyn till den övertro på utvecklingen av Internet som förelåg under 1990-talet och vad som sedan följde<sup>147</sup>, kan man emellertid vara en smula skeptisk till teknikutvecklingens genomslagskraft.

Tillväxten inom den audiovisuella sektorn medför för gemenskapen att lagstiftningsåtgärder måste fokuseras på att maximera möjligheterna till tillväxt samtidigt som allmänna intressen måste skyddas och den europeiska audiovisuella industrins konkurrenskraft måste ökas.

Den tekniska utvecklingen gör nya frågeställningar aktuella på reklamområdet, exempelvis vad gäller ”virtuell reklam”. Reklambanderoller kan vid idrottsevenemang ersättas digitalt av andra banderoller utan att tittarna är medvetna om det. Reklam kan också sändas samtidigt som ett TV-program och endast uppta en liten del av skärmen.

Den digitala tekniken gör att sändningstiden (”watershed”) blir en mindre effektiv metod för skydd av minderåriga då valmöjligheterna ökar för när man vill se program. Det verkar troligt att teknik för filtrering och blockering kommer att spela en allt större roll när det gäller att i framtiden skydda minderåriga från skadliga TV-sändningar.

### 3.4.2 TV-standarder

Tekniska frågor på TV-området regleras i direktiv 95/47/EG<sup>148</sup> om tillämpning av standarder för sändning och televisionssignaler. Direktivet syftar till att fastställa en gemensam standard för TV-sändningar inom gemenskapen och främja utvecklingen av avancerade televisionstjänster, televisionstjänster för bredbildsformat, högupplösningstjänster och televisionstjänster som använder digitala sändningssystem. Vidare ålägger direktivet medlemsstaterna att underlätta anslutningen av tillbehör av ett standardiserat gränssnitt mellan TV-mottagare och avkodare. Direktivet skall även skapa ett enhetligt regelverk för operatörer av digitala betal-tv-tjänster. Direktivet innehåller även bestämmelser om vilka sändningssystem som skall användas vid digital och inte helt digital utsändning av TV. Vidare ställs vissa krav på utrustning, bl.a. för att underlätta anslutning av kringutrustning.

---

<sup>146</sup> 1999 KOM (1999) 657 slutlig, s. 6.

<sup>147</sup> För en intressant redogörelse av IT-boomen och –kraschen läs; Lindstedt Gunnar, *Boo.com*, Månipocket, 2001.

<sup>148</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv nr 95/47/EG av den 21 oktober 1995 om tillämpning av standarder för sändning av televisionssignaler, EGT L 281/5, s. 5.



### 3.4.3 Kommentarer

Den digitala tekniken skapar helt nya möjligheter för reklam och marknadsföring och många av dessa kan inte förutses i dagens läge. Kommissionen kommer att göra en undersökning när det gäller ny reklamteknik i syfte att göra en framtida utvärdering av de bestämmelser som finns i TV-direktivet, särskilt med hänsyn till interaktivitet och produktplacering för att analysera hur man kan göra en klar åtskillnad mellan reklam och annat innehåll<sup>149</sup>.

Teknikutvecklingen skapar ett behov av separata strategier för regler om, dels överföring av elektroniska signaler och den infrastruktur som används för detta, dels reglering av audiovisuellt innehåll.

## 3.5 Konvergens inom mediemarknaden

### 3.5.1 Bakgrund

Kommissionen utfärdade den 3 december 1997 en grönbok om konvergens mellan telekommunikations-, media- och informationstekniksektorerna<sup>150</sup>. Syftet med grönboken var att starta en debatt kring fenomenet konvergens och det eventuella behov av ny lagstiftning som konvergensen medför. Konvergens definieras på två sätt i grönboken:<sup>151</sup> för det första som ”möjligheten att via olika nätplattformar överföra i grunden samma typ av tjänster” och för det andra som ”sammanförandet av olika utrustningar för konsumentbruk, t.ex. telefon, television och persondator”. Kommissionen bedömer att konvergensen kommer att få effekter på tre plan: teknik, industri samt tjänster och marknader. Kommissionen anser att det är svårt att förutse konvergensutvecklingens omfattning och inriktning<sup>152</sup>.

Kommissionen diskuterar i grönboken<sup>153</sup> tre möjliga regleringsalternativ mot bakgrund av konvergensen. Det första är att helt enkelt bygga vidare på nuvarande strukturer vilket skulle kunna minimera behovet av förändringar under den närmaste framtiden men vilket också skulle medföra att missförhållanden består. Det andra alternativet är att utveckla separata regler för nya verksamheter, vid sidan av regleringen av telekommunikations- och radio/TV-sektorerna. Detta skulle innebära att medlemsstaterna skulle ”skära bort” nya tjänster och verksamheter som överskrider de traditionella gränserna och lägga dem under vissa bestämda regler i det fall det alls krävs några regler. Svårigheten med detta alternativ är att fastställa gränserna

---

<sup>149</sup> 1999 KOM (1999) 657 slutlig, s. 18.

<sup>150</sup> Grönboken om konvergens av telekommunikation, media och informationsteknik och dess följder för lagstiftningen, en strategi för informationssamhället, KOM (1997) 623 slutlig, 3.12.1997.

<sup>151</sup> KOM (1997) 623, s. 1.

<sup>152</sup> KOM (1997) 623, s. 2

<sup>153</sup> KOM (1997) 623, s. 35f.

mellan de nya tjänster som skall omfattas av mindre sträng reglering och det som skall omfattas av traditionell reglering. Det tredje och sista alternativet är att gradvis införa en ny regleringsmodell som omfattar alla typer av befintliga och nya tjänster. Ett sådant alternativ kan verka alltför ambitiöst men behöver inte nödvändigtvis innebära en plötslig och kraftig förändring. Regleringar kan införas gradvis och i första hand koncentreras på prioriterade områden.

Ett förslag till att göra ett för de konvergerande sektorerna enhetligt regelverk där man skiljer på tillhandahållande av tjänster/innehåll och överföring förs fram i grönboken<sup>154</sup>.

### **3.5.2 Kommentar**

Förändringarna inom den audiovisuella marknaden försvårar naturligtvis för lagstiftaren. När olika tekniker förs samman uppstår ett flertal problem. Det som kommissionen nu försöker göra är att överbrygga framtida problem med en enhetlig reglering av området.

Svårigheter vad gäller marknadsföringssektorn och konvergens ligger främst i svårigheten att förutsäga vad som kommer att bli nästa steg i utvecklingen. Reklamen kommer i många fall nå fler konsumenter genom allt fler tekniker. Digital TV kommer att göra det möjligt att sända reklam samtidigt som själva programmen.

Det som i slutändan är viktigt är att det finns lagstiftning som täcker även framtida tekniker och som möjliggör kontroll av vad som sänds och hur sändningar distribueras oberoende av vilket medium som används.

## **3.6 Avslutande kommentar till EG-avsnittet**

De EG-rättsliga regleringarna av mediesektorn syftar till en harmonisering av medlemsstaternas radio- och TV-lagstiftning för att säkerställa friheten att tillhandahålla audiovisuella tjänster. TV-mediets starka genomslagskraft ses emellertid fortfarande som så stor att det rör sig om ett minimidirektiv och medlemsstaterna har alltså att själva bestämma om de vill ha hårdare regleringar än TV-direktivets.

TV-sändningar ses inom EG-rätten som en tjänst och skall fritt få cirkulera inom gemenskapen. Medlemsstaterna får inte ställa upp hinder för TV-sändningar från andra medlemsstater. Det är etablering som avgör jurisdiktionsfrågan och det är endast den stat där programföretaget är etablerat som har jurisdiktion över det aktuella programföretaget. Medlemsstaterna får ha striktare regleringar, för de TV-bolag som är etablerade inom deras jurisdiktion, än vad TV-direktivet ställer upp. Väldigt

---

<sup>154</sup> KOM (1997) 623, s. 32.

strikt bestämmelser kan emellertid leda till att programföretag etablerar sig i andra medlemsstater. Medlemsstaternas vilja att kunna kontrollera vad som sänds i respektive stat kan medföra ökad vilja att harmonisera TV-regleringarna närmare EU-bestämmelserna. Problem uppstår inom de områden där medlemsstaterna inte är villiga att kompromissa. Det finns emellertid en möjlighet för medlemsstaterna att förhindra programföretag från att kringgå de bestämmelser som skulle varit tillämpliga på dem om de varit etablerade i den aktuella staten. Detta är bara möjligt i undantagsfall och programföretaget i fråga måste ha gjort sig skyldig till en tydlig rättsöverträdelse.

Marknadsföring regleras både till innehåll och utförande i direktivet. Det är exempelvis inte tillåtet att marknadsföra alla typer av läkemedel och det finns regleringar för hur långa reklamavbrotten får vara. Eftersom det är ett minimidirektiv kan medlemsstaterna ställa upp striktare regleringar för programföretagen inom deras jurisdiktion. Sveriges förbud mot reklam riktad till barn är alltså helt i sin ordning.

Direktivet som har som syfte, inte bara att harmonisera den europeiska TV-marknaden, utan även att främja europeisk kultur har även bestämmelser för att främja distribution och produktion av europeiska produktioner. Dessa regleringar har kritiserats hårt, från bl.a. amerikanskt håll, för att vara protektionistiska.

TV-direktivet säkerställer också för medlemsstaterna att de skall kunna visa vissa viktiga evenemang så att allmänheten har möjlighet att se dem.

Den nya tekniken som utvecklas skapar nya möjligheter för TV-mediet, men det skapar även nya problem. Det kan uppstå svårigheter i att avgöra vilka sändningar som faller in under TV-bestämmelserna och vilka som inte gör det. Vissa sändningar kan i vissa fall växelvis falla in under olika regleringar. När olika tekniker förs samman blir det svårt att ha ett enhetligt regelsystem. Ett annat problem vad gäller nya regleringar är att de inte kan vara för detaljerade utan måste vara relativt allmänt hållna. Det krävs dels för att proportionalitetsprincipen<sup>155</sup> skall uppfyllas men också för att täcka in framtida tekniker.

Ett av förslagen som nu utarbetas av kommissionen går ut på att skapa skilda regleringar för innehåll och för sändningar. Avgörandet för tillämpliga regleringar skall alltså inte vara vilket medium som används utan istället vilken typ av innehåll det rör sig om.

Det är tydligt att det krävs förändringar av TV-direktivet. Eftersom utvecklingen är svår att förutsäga blir det givetvis svårt att föra fram en enhetlig och klar reglering för hela TV-sektorn. För mig synes förslaget om

---

<sup>155</sup> Artikel 5.3 i EG-fördraget som anger att gemenskapen inte skall vidta någon åtgärd som går utöver vad som är nödvändigt för att uppnå målen i fördraget.

att skilja innehålls- och sändningsregleringar åt vara ett fungerande alternativ. Det är smidigt om reklamsändningar regleras på samma sätt oberoende av vilket medium de sänds i.

# 4 Analys

## 4.1 Marknadsföring

Sverige har med åren fört sin lagstiftning närmare och närmare gemenskapens reklamregleringar inom den audiovisuella sektorn. Nu senast har det, i april 2002, blivit tillåtet för TV4 att sända reklam i programmen. Stöttestenen är emellertid fortfarande det svenska barnreklamförbudet. Under översynen av dåvarande direktiv 89/552/EEG var Sverige den enda medlemsstat som var emot ett antagande av det nya direktivet 97/36/EG eftersom det inte innehöll något förbud mot reklam riktad till barn. Sverige lyckades emellertid inte införa ett förbud mot barnreklam i det nya direktivet. Under Sveriges ordförandeskap i EU våren 2001 tog kulturminister Marita Ulvskog upp frågan på nytt vid kulturministermötet i Falun. Det är tveksamt vilken effekt det hade, vissa medlemsstater ansåg att förslaget kunde övervägas medan andra medlemsstater ansåg att regleringarna var bra som de var. Nu är direktivet uppe för översyn igen och eventuella förslag om förändringar kommer föras fram under innevarande år 2002 i kommissionens generaldirektorat för kultur och utbildning.

Det huvudsakliga syftet med att närma svensk lag till EU-nivå, vad gäller TV-lagstiftning, är att ha kontroll över de programföretag som riktar sina sändningar till Sverige. Med fri rörlighet inom EU flyttar naturligtvis TV-bolagen till de medlemsstater som har de förmånligaste förutsättningarna för dem att sända. Kommersiella kanaler behöver reklamintäkter och de måste verka i en miljö där de får in så mycket reklamintäkter som möjligt.

Att verka för en striktare hållning till regleringen av barnreklam inom EU är en av de få möjligheter som finns för Sverige att kunna minska barnreklamsändningar i svensk TV. För Sverige är det naturligtvis inget problem att behålla sina bestämmelser om förbud mot reklam riktad till barn, men det får enbart effekt för de programföretag som är etablerade i Sverige. Nya former för TV-sändningar, t.ex. digital-TV som når alltfler, kan innebära att programföretag som är etablerade i Sverige flyttar utomlands för att kunna sända barnreklam och fortfarande nå en lika bred publik.

En möjlig lösning på problemet för att komma åt TV-kanaler som sänder till Sverige men är etablerade i andra EU-länder, skulle kunna vara att skärpa regleringen mot kringgående av nationell TV-lagstiftning i direktivet. Som det är nu är praxisläget relativt oklart och förbudet tas endast upp i direktivets ingress. Ett införande i direktivtexten skulle kunna tydliggöra vikten av bestämmelsen. Det skulle emellertid kräva att den strikta hållningen bibehölls eftersom en alltför vid tolkning av förbudet mot

kringgående skulle innebära ett hinder mot den fria rörligheten för etablering och tjänster.

## 4.2 Nya medier och konvergens

Digital TV och konvergensen inom det tekniska området är två mycket viktiga delar av den dynamiska audiovisuella sektorn. Områdets föränderliga karaktär gör en enhetlig mer specifik reglering nästan omöjlig. Det krävs istället en mer allmän typ av reglering. Kommissionens förslag om en särreglering av innehålls- och sändningsdelarna kan vara ett fungerande alternativ. Särregleras t.ex. reklamsändningar blir det inte lika svåra avgränsningsfrågor som ifall reklam regleras olika vid sändningar till allmänheten och sändningar på individuell begäran.

Något som är säkert är också att det i princip är omöjligt att förutsäga utvecklingen inom området. Det är tydligt att mycket förändras men även om t.ex. digital TV kommer att ta över efter den analoga har utvecklingen där varit ganska ostadig. Den oförutsägbara framtiden innebär förstås svårigheter för lagstiftningen. Det krävs regleringar och helst sådana som täcker nuvarande och framtida tekniker, vilket i sin tur innebär att de inte kan vara alltför detaljerade.

Utvecklingen innebär också att fler kanaler når en större allmänhet. Marknaden kommer troligtvis utvecklas så att inte bara SVT och TV4 når hela den svenska allmänheten utan även kanaler som inte är etablerade i Sverige och alltså inte står under svensk jurisdiktion kommer att göra det.

## 4.3 Avslutning

Ett svar på frågan hur svensk nationell medierätt påverkas av utvecklingen inom media och översynen av TV-direktivet särskilt med hänsyn till TV-reklam beror på flera faktorer, bl.a. på hur utvecklingen kommer att fortsätta. Den tekniska utvecklingen idag är mycket snabb, en dator eller mobiltelefon måste bytas vart eller vartannat år ifall man vill följa med i den senaste utvecklingen. Det är givetvis också så att man inte får ha någon övertro på tekniken, vilket till viss del visats av IT-boomen med efterföljande krasch och den något ostadiga digital-TV-utvecklingen. Något som är tydligt är i varje fall att en alltför detaljerad reglering av områdena inte är eftersträfvansvärd. En regleringsstrategi som kommissionen föreslår, vilken är oberoende av plattformen men istället inriktar sig på innehåll eller på sändningen, verkar rimlig.

Den svenska medierätten påverkas så tillvida att ju lättare det blir att sända via olika plattformar och nå en större publik, desto lättare blir det för företag att flytta på sig. Det digitala nätet har sina begränsningar men när det analoga nätet inte längre är det enda man kan nå ut till hela Sverige med kan

det behövas förändringar för att få programbolag att stanna i Sverige. Lättnader i regleringar för annonssändningar har varit ett sätt att förbättra TV4:s konkurrenssituation. Det betyder naturligtvis att det kan bli fler.

Dessa omständigheter visar på den kanske största svårigheten med svensk respektive EG-rättslig reglering av TV-sektorn. Det är här en väsentlig skillnad i fråga om audiovisuell politik. Medan EU arbetar för en fri rörlighet av TV-sändningar utan hinder från medlemsstaternas sida vill staterna själva behålla kontrollen över de programföretag som riktar sina sändningar till respektive medlemsstat. Medlemsstaterna har sina specifika intresseområden även om en TV-sändning från ett programföretag etablerat inom EU också är kontrollerad inom EU. En medlemsstat har kontrollerat sändningen och medlemsstaten måste följa TV-direktivets minimibestämmelser. Det skall täcka behovet av kontroll över TV-sändningar inom EU.

I och med den ökande internationaliseringen är det svårt för Sverige att hålla fast vid sina mer strikta regleringar. Det kan istället vara nödvändigt med en ytterligare harmonisering av TV-regleringarna, antingen genom att förändra attityderna hos övriga medlemsstater eller genom att Sverige närmar sig TV-direktivet än mer.

# Litteraturförteckning

## Offentligt tryck

### Traktater

EG-fördraget

Den Europeiska Konventionen om skydd av de grundläggande fri- och rättigheterna, undertecknad i Rom den 4 november 1950

Unionsfördraget

### Författningar

Tryckfrihetsförordning (1949:105)

Regeringsform (1974:152)

Yttrandefrihetsgrundlag (1991:1469)

Förordning med instruktion för Granskningsnämnden för Radio och TV (1994:728)

Förordning med instruktion för Radio- och TV-verket (1994:729)

Lag med anledning av Sveriges anslutning till Europeiska unionen (1994:1500)

Marknadsföringslag (1995:450)

Radio och TV-lag (1996:844)

Radio- och TV-verkets föreskrifter om användning av vissa sändningsstandarder för sändning av TV-signaler (1998:1)

Förordning om standarder för sändning av TV-signaler (1998:31)

Lag om standarder för sändning av TV-signaler (1998:31)

### Rådet/Kommissionen/Parlamentet



EGT 1977 L 78/17	Rådets direktiv 77/249/EG av den 22 mars 1977 om underlättande för advokater att effektivt begagna sig av friheten att tillhandahålla tjänster
EGT 1984 L 290/23	Direktiv 84/450 av den 10 september 1984 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om vilseledande reklam inklusive jämförande reklam
EGT 1989 L 298/23	Rådets direktiv 89/552/EES av den 17 oktober 1989 om samordning av bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utövandet av sändningsverksamhet för TV
EGT 1995 L 281/5	Europaparlamentets och rådets direktiv 95/47/EG av den 21 oktober 1995 om tillämpning av standarder för sändning av televisionssignaler
EGT 1997 L 202/60	Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG av den 30 juli 1997 om ändring av rådets direktiv 89/552/EEG om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utövandet av sändningsverksamheter för television
EGT 1998 L 166/51	Europaparlamentets och rådets direktiv 98/27/EG av den 19 maj 1998 om förbudsföreläggande för att skydda konsumenternas intressen

Grönboken om konvergens av telekommunikation, media och informationsteknik och dess följder för lagstiftningen, en strategi för informationsamhället, KOM (97) 623 slutlig, 3.12.1997

Meddelande från kommissionen till rådet, europaparlamentet, ekonomiska och sociala kommittén och regionkommittén, principer och riktlinjer för gemenskapens audiovisuella politik i den digitala eran , KOM (1999) 657 slutlig 14.12.1999

Third report from the Commission to the Council, the European Parliament and the Economic and Social Committee on the application of Directive 89/552/EEC "Television without frontiers", COM (2001) 9 Final. 15.1.2001

## **Förarbeten**

Direktiv 1997/134	Kommittédirektiv utvärdering av marksänd digital TV m.m.
Direktiv 2000:43	Kommittédirektiv översyn av Radio- och TV-lagen m.m.
Direktiv 2001:11	Kommittédirektiv tilläggsdirektiv till direktiv 2000:43
Ds 1998:21	Genomförande av EG:s TV-direktiv
Ds 2001:18	Ändrade regler om annonser i TV-sändningar
Prop. 1986/87:151	Om ändringar i tryckfrihetsförordningen m.m.
Prop. 1990/91:64	Om yttrandefrihetsgrundlag m.m.
Prop. 1990/91:149	Om radio- och TV-frågor
Prop. 1995/96:160	Radio- och TV-lag
Prop. 1996/97:67	Digitala TV-sändningar
Prop. 1997/98:184	Ändringar i Radio- och TV-lagen (1996:844), m.m.
Prop. 2001/02:82	Om ändrade regler om annonser i TV
SOU 1983:70	Värna yttrandefriheten. Förslag av yttrandefrihetsutredningen
SOU 1994:105	Ny lagstiftning om Radio och TV. Slutbetänkande av Radiolagsutredningen
SOU 1999:55	Konvergens och förändring. Samordning av lagstiftningen för medie- och telesektorerna
SOU 2001:28	Yttrandefrihetsgrundlagen och Internet. Utvidgat grundlagsskydd och andra frågor om tryck- och yttrandefrihet. Betänkande av Mediegrundlagsutredningen
SOU 2001:90	Digital TV – modernisering av marknätet

## **Doktrin**

## Artiklar

- Aftonbladet 1995-03-02
- Bernitz, Ulf *TV-reklam och räckvidden av svensk marknadsrätt*, Juridisk Tidskrift vid Stockholms Universitet, 1997-98
- Common Market Law Report (CMLR), 1975:1
- Dagens Nyheter 2002-07-24, 2002-07-26, 2002-07-27 och 2002-07-31
- Drijber, Berend, Jan *The Revised Television Without Frontiers Directive : Is it fit for the next Century?*, (1999), 36, Common Market Law Review
- Hughes, David *Europe and the challenges of the new television era*, Education and Culture DG, Le Magazine, nr. 14, 2001

## Litteratur

- Arnull, Anthony  
Dashwood, Alan  
Ross, Malcolm  
Wyatt, Derrick *European Union Law*, Fourth edition, Sweet & Maxwell, London, 2000
- Bernitz, Ulf  
Kjellgren, Anders *Europarättens grunder*, Norstedts Juridik AB, Stockholm, 1999
- Carlsson, Ulla  
Bucht, Catharina  
Facht, Ulrika *Medie Sverige, Statistik och analys*, NORDICOM-Sverige, Göteborgs universitet, 1999
- Craig, Paul  
De Burca, Gráinne *EU Law, Text, Cases and Materials*, second edition, Oxford University Press, New York, 1998

- Kallersand, Eva *TV-reklam riktad till barn – regler och attityder*, Skrifter utgivna av Institutet för Immaterialrätt och Marknadsrätt vid Stockholms universitet, nr. 96, Jure bokhandel, Stockholm, 1998
- Karnov 2001/02 Fakta Info Direkt Sweden AB, Stockholm, 2001
- Lans, H, Johan *Jurisdiktion över TV-sändningar i EU*, Norstedts Juridik AB, Stockholm, 1996
- Lindstedt, Gunnar *Boo.com*, Månocket, Stockholm, 2001
- Melin, Mats  
Schäder, Göran *EU:s konstitution. Maktfördelningen mellan den europeiska unionen, medlemsstaterna och medborgarna*, femte upplagan, Norstedts Juridik AB, Stockholm, 2001
- Nylander, Christina *Radio- och TV-rätt*, Norstedts Juridik AB, Stockholm, 1998
- Radio- och TV-verket *Medieutveckling 2002*, Haninge, 2002

### **Hemsidor**

<http://www.aftonbladet.se>

[http://www.europa.eu.int/comm/avpolicy/index\\_en.htm](http://www.europa.eu.int/comm/avpolicy/index_en.htm)

<http://www.eu2001.se>

<http://www.rtvv.se>

<http://www.svt.se/svtinfo/pubserv/publicservice.htm>

<http://www.tv4.se>

# Rättsfallsförteckning

## EFTA-domstolen

Mål E-8/97, *TV1000*

## EG-domstolen

Mål C-155/73, *Giuseppe Sacchi*, (REG 1974, s. 409; svensk specialutgåva, volym II)

Mål C 2/74, *Jean Reyners mot belgiska staten*, (REG 1974, s. 631; svensk specialutgåva, volym II)

Mål C 33/74, *Johannes Henricus Maria Van Binsbergen mot Bestuur van de Bedrijfsvereniging voor de Metaalnijverheid*, (REG, 1974, s. 1299; svensk specialutgåva, volym II)

Mål C-52/79, *Procureur du Roi mot Marc J. V. C. Debauve m.fl.*, (REG 1980, s. 833; svensk specialutgåva, volym V)

Mål C-62/79, *Coditel SA et al. Mot Ciné Vog Films SA*, (REG 1980, s. 881; svensk specialutgåva, volym V)

Mål C-14/83, *Von Colson och Kamann mot Land Nordrhein Westfalen*, (REG, 1984, s. 1891; svensk specialutgåva, volym VII)

Mål C-205/84, *Europeiska gemenskapernas oommission mot Förbundsrepubliken Tyskland*, (REG 1986, s. 3755; svensk specialutgåva, volym VIII)

Mål C-325/85, *Bond van Adverteeders m.fl. mot nederländska staten*, (REG 1988, s. 2085; svensk specialutgåva, volym IX)

Mål C-5/88, *Hubert Wachauf mot Bundesamt für Ernährung und Forstwirtschaft*, (REG, 1989, s. 2609)

Mål C-260/89, *Ellinki Radiophonia Tileorassi (ERT) mot Dimotiki Etaria Pliroforissis*, (REG 1991, s. I-2925; svensk specialutgåva, volym XI)

Mål C-353/89, *Europeiska gemenskapernas kommission mot Nederländerna*, (REG, 1991, s. 4069; svensk specialutgåva, volym XI)

Mål C-140/91, *Veronica Omroep Organisatie mot Commissariat voor de Media*, (REG 1993, I-487; svensk specialutgåva, volym XIV)

Mål C-23/93, *TV10 SA mot Commissariat voor de Media*, (REG 1994, s. 4795; svensk specialutgåva, volym XVI)

Mål C-412/93, *Société d'importation Édouard Leclerc-Siplec mot TFI Publicité SA och M6 Publicité SA*, (REG, 1995, s. 179)

Mål C-55/94, *Reinhard Gebhard mot Consiglio dell'Ordine degli Avvocati e Procuratio di Milano*, (REG 1995, I-4165.)

Mål C-222/94, *Europeiska gemenskapernas kommission mot Förenade konungariket Storbritannien och Nordirland*, (REG, 1996, I-4025)

Förenade målen C-320/94 m.fl., *Reti Televisive SpA (RTI) m.fl. mot Ministero delle Poste e Telecomunicazioni*, (REG, 1996, I-6471)

Mål C-11/95, *Europeiska gemenskapernas kommission mot Konungariket Belgien*, (REG, 1996, I-4115)

De förenade målen C-34/95, C-35/95 och C-36/95, *Konsumentombudsmannen (KO) mot De Agostini (Svenska) Förlag AB och TV-shop i Sverige AB*, (REG, 1997, I-3843)

Mål C-14/96, *Brottmål mot Paul Denuit*, (REG 1997, I-2785)

Mål C-56/96, *VT4 Ltd mot Vlaamse Gemeenschap*, (REG, 1997, I-3143)

Mål C-6/98, *Arbeitsgemeinschaft Deutscher Rundfunkanstalten (ARD) mot PRO Sieben Media AG*, (REG, 1999, I-7599)

### **Granskningsnämnden för radio och TV**

SB 202/00                      Beslut i saken ”Galna sanningar”, Kanal 5, 2000-02-11; fråga om svensk jurisdiktion, Dnr: 97/00-75

SB 203/00                      Beslut i saken ”TV3 Direkt”, 2000-03-15 och 2000-03-17; nu fråga om svensk jurisdiktion, Dnr: 144/00-73

### **Högsta domstolen**

Högsta domstolens beslut meddelat i Stockholm den 5 juni 2002 i Mål nr. Ö  
3134-00