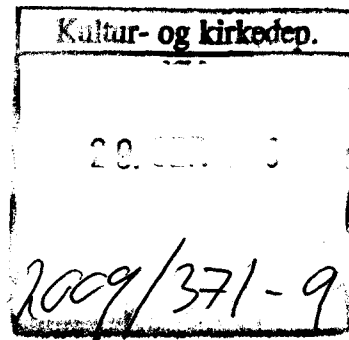


Kultur- og kirkedepartementet
Postboks 8030 Dep
0030 Oslo



TV 2 AS

Oslo, 25.09.2009

Høring – forslag til regler for gjennomføring av direktivet om audiovisuelle medietjenester i norsk rett

Vi viser til høringsbrev 09.07.2009, Deres ref 2009/00371 ME/ME3 CLH:elt.

Innledningsvis og helt generelt bemerker TV 2 at vi ser det som tvingende nødvendig at man i et lite område som det norske, særlig vektlegger behovet for å sikre at reguleringene både i innhold og utforming legges nær opp til de reguleringer som følger av direktivet. Særnorske reguleringer gir spesielt tyngende konsekvenser for de internasjonalt sett, små norske aktører. Norske aktører vil ha samme produksjonskostnader som utenlandske virksomheter, muligens høyere på grunn av norsk lønnsnivå, men grunnet befolkningens/markedets størrelse har de et langt mer begrenset inntektspotensial.

Generelt mener TV 2 at reguleringene på mange av de felter som behandles, ikke bør være medie- eller teknologispesifikke. Typisk bør ikke fjernsyns- eller audiovisuelle produksjoner ha andre innholdsbegrensninger enn skriftlige eller blandede medier (nettaviser med underliggende AV-bilder/-produksjoner) eller kionofilm. Regulering knyttet til reklame og markedsførings tiltak, bør i tråd med dette, følge de alminnelige reguleringer i markedsføringslov eller i generell særlovgivning knyttet til spesielle produkter/tjenester. I den grad AV-mediene pålegges særlige godt begrunnede forpliktelser bør tilsvarende pålegges mediene generelt.

Rent praktisk bør man – av brukerhensyn og for å legge forholdene til rette for utviklingen i det norske markedet - unngå at regler overlapper hverandre. Det pekes her på at så vel e-handelsreguleringene som markedsføringsreguleringene eksisterer i særlige lovverk. Vi noterer at AMT-direktivet ved konflikt med e-handelsdirektivet skal gå foran. En slik rangordning er vanskelig både å oppfatte og forholde seg til for brukerne. Man bør således avklare dette i nasjonal lovgivning. TV 2 vil mene at tematisk samlet lovgivning er å foretrekke fremfor teknologibasert lovgivning. Behovet for en konsolidert tematisk lovgivning vil forsterkes ettersom man ser at konvergens-virkningene trer inn, samtidig som man ser at medievirksomheter utvider sine virksomhetsområder til også å publisere på andre plattformer enn de opprinnelig var etablert på.

TV 2 har tidligere pekt på nødvendigheten av å samle delreguleringer og konsolidere disse i en teknologinøytral "medielovgivning". Vi viser til departementets oppnevning av et eget utvalg for å vurdere reguleringen av ansvarssystemet på medieområdet. Temaene i høringsnotatet vil naturligvis også berøre et slikt arbeid, direkte eller indirekte.

Til kapittel 2 bemerker TV 2 at det uttales at ”digital produksjon har ført til at det har blitt billigere å produsere audiovisuelt innhold”. TV 2 noterer at programkostnadene reelt ikke er redusert ved dette. Innføring av nye digitale produksjonsmidler har påført medievirksomhetene store nyanskaffelser. Ny teknologi har også ført til at nye muligheter kan utnyttes og til at kvalitetsforbedringer gjennomføres. Slike grep gir ikke i seg selv en reduksjon i kostnadene, tvert om fører de ofte til at bruken av personellresurser – og dermed kostnadene – øker, i tillegg til at man må nyanskaffe utstyr for å utnytte mulighetene.

Når departementet peker på at distribusjonen ”også [har] blitt billigere og enklere”, må det noteres at mediebedriftene (typisk kringkasterne), også påføres tilleggskostnader ved at man setter i gang distribusjon på flere alternative teknologiske plattformer. Selv om TV 2 kan distribuere på internett og mobiltelefoniplattformene opprettholdes jo også distribusjon i bakke-, kabel- og satellittbaserte nett.

TV 2 kan slutte seg til at utviklingen – gjennom digitaliseringen av mediebransjen – fører til at publikum kan velge hva de vil se, når de vil se og hvor de vil se audiovisuelt innhold. Vi finner det i denne sammenheng nødvendig å peke på at publikums muligheter her også setter de finansieringsmodeller som hittil har eksistert, for både mediene og produsentene, under et vesentlig press. Når reguleringene skal vurderes er det således svært viktig å se disse i en industriell synsvinkel og innrette reguleringene slik at norske virksomheter og arbeidsplasser kan reddes, finansieres og utvikles videre. TV 2 har gjentatte ganger pekt på mangler i den praktiske rettsbeskyttelsen av produktene i forhold til pirateri og ulovlig filutveksling. Særnorske reguleringer ut over de europeiske minstenormer legger ytterligere bør på sårbare/utsatte norske virksomhetene.

Til kapittel 3 bemerker TV 2 at man ved vurderingen av reguleringene rundt bestillingstjenester, vanskelig kan se grunnlag for å gi slike en særlig favorabel posisjon i forhold til kringkastingstjenestene. Generelt er det vanskelig å se noe godt dokumentert grunnlag for å pålegge særlige forpliktelser på kringkastingstjenestene fordi bestillingstjeneste-markedet ”er på et tidlig stadium”. Det må også bemerkes at utbudet i kringkastingsområdet også utgjør svært mye av innholdet i bestillings-området. For produsentene av innhold er det naturligvis svært ønskelig at det er sammenfallende reguleringer her. Det kan også vanskelig være fornuftig å ha forskjeller i rammebetingelsene avhengig av at en produksjon innledningsvis er basert på on-demand-distribusjon for senere å bli hentet til kringkasting, eller omvendt.

Som nevnt ovenfor er det i tillegg til de tre modellene som er beskrevet, en fjerde mulighet; å gjennomføre reguleringene i de respektive tematiske regelsett som eksisterer knyttet til publisering, og som en konsekvens av dette, oppheve de teknologirelaterte kringkastingsreguleringene (og naturligvis heller ikke innføre en egen lovgivning for bestillingstjenestene). TV 2 heller til at en slik løsning i større grad vil oppfylle hensynet til at rettstilstanden skal fremstå som klar og utvetydig, slik at det er mulig for private parter å forutberegne sin rettstilling. I så måte må det være et mindre problem at man eventuelt må overføre deler av reguleringene til (eller fra) andre departementer enn Kulturdepartementet, typisk hva gjelder reklamereguleringer. For TV 2 er det uansett viktig å fremheve kringkastings- og AV-området ikke bare som en kulturprodusent/formidler som ivaretar norsk identitet, men også som en industriell virksomhet som sysselsetter svært mange arbeidstakere. Skal Norge fortsatt ha slik virksomhet og et antall sysselsatte innefor disse, må forholdene tilrettelegges for dette.

Til departementets fremstilling av kravet om at tjenesten må innebære økonomisk aktivitet noterer vi at man her nevner YouTube og MySpace som tjenester som skulle ligge utenfor. Vi peker på at dette er verdensomspennende virksomheter som vurderes å være svært verdifulle. Det er korrekt at innhold lastes opp av/legges ut av private brukere, og direktivet kan kanskje ikke gjøres gjeldende på de enkelte opplastinger, men det innebærer naturligvis ikke at tjenesten som sådan ikke også kan vurderes som en totaltjeneste bestående av privatpersoners og virksomheters materiale innhentet (endog innkjøpt), satt i system og presentert som "bærer av reklame" av en klart reell kommersiell aktør som åpenbart driver kommersiell aktivitet, i direkte konkurranse med mediebedriftene. Det meldes også i mediene om en viss aktivitet fra disse aktørene knyttet til innholdet, både hva gjelder personkrenkelser og opphavsrettsområdet.

Til at "tjenestens hovedformål er å levere programmer med levende bilder som skal informere, underholde eller opplyse", noterer vi at man skal legge vekt på om programmene "i innhold og form er sammenliknbare med fjernsynsprogrammer". Vi ser ikke at dette - i en svært omfattende og sammensatt fjernsynsvirkelighet - gir særlig retning for tanken. Tilsvarende gjelder premisset om at bare "tjenester som reelt sett konkurrerer med fjernsyn" skal omfattes av direktivet og lovgivningen (jfr. 4.1.3). Her kreves det åpenbart en nærmere klargjøring mht hva slags konkurranse man tenker seg. Vi noterer at elektroniske versjoner av papiraviser vil falle utenfor, selv om de understøttes av video. Vi formoder at tilsvarende publikasjoner, selv om de eies av kringkastere, må vurderes likedan. Å bruke et begrep som "primæraktivitet" gir ikke særlig retning for tanken. Det er også interessant – og fordrer relativt utfordrende vurderinger - at departementet mener at reguleringene alene skal komme til anvendelse på "den del av skjermen som presenterer innhold som er omfattet av loven".

Til at tjenesten må være offentlig tilgjengelig og karakteriseres som massemedia, noterer vi at "videosnutter" over mobiltelefonnettverk tilsynelatende ikke skal dekkes av definisjonen. Vi reiser spørsmål om hvorfor bruk av en slik distribusjonsteknologi skal tilsi at det faller utenfor. Dersom det er tilfellet, vil vi mene at det bør sies klart fra om, og eventuelt hvorfor, en tilsvarende tjeneste for videosnutter over andre nett, typisk fjernsyns-, IP- eller Internett menes å være omfattet.

Til spørsmålet om det foreligger redaksjonell kontroll noteres at direktivet overlater til EØS-landene å utforme nærmere kriterier. TV 2 vil mene at det er viktig å utpeke en eller flere ansvarlige for enhver publisering og distribusjon. Det er slik vi ser det, en forutsetning for aksepten av en høy frihetsgrad, at man – på en praktisk måte - kan ta til motmele eller ta skritt mot den ansvarlige. Vi ser også at store leverandører som you-tube, mspace og lignende faktisk presses i flere land til å foreta innholdsmessige grep. Nettopp av denne grunn er det viktig at kravene ikke stilles for høyt. TV 2s oppfatning er at slike aktører faktisk bør omfattes.

Vi noterer at man, dersom kringkastingsprogrammer tilbys som ikke lineær tjeneste, må vurdere dem under to forskjellige regimer. Dette i seg selv tilsier at man søker å få til så like reguleringer om mulig, slik at konkurransevridding ikke skjer, samtidig må man tilpasse seg slik at norske aktører ikke, gjennom avvikende reguleringer, settes i en dårligere konkurransesituasjon overfor utenlandske tilbud. I et slikt lys er det viktig at man koordinerer reguleringene nøye med de landene som har virksomheter som norske virksomheter konkurrerer med. Vi noterer at det ofte vises til at "felleskapsretten" vil ha betydning for tolkingen av de vilkår m.v. som foreslås. De beste grunner taler da for at man i det minste gjennomgående benytter samme ordlyd som fellesskapets reguleringer gjennomgående, hvor ikke svært gode grunner taler for noe annet.

TV 2 har tidligere påpekt at vi mener at kravet om økonomisk aktivitet ikke bør legges for høyt. Vi ser ikke særlig rettledning i 4.1.3 på dette. I prinsippet er det jo, kanskje særlig på nettområdet, svært tilfeldig hvilke publikasjoner som tiltrekker seg oppmerksomhet og hvor lenge denne holdes. Samlet er imidlertid slike kommersielle mer eller mindre private nettsted (eller deler av nettsted) åpenbart en vesentlig konkurrent til de tradisjonelle mediebedriftene. Enkeltvis vil de i gitte situasjoner, men kanskje ikke alltid over tid, utgjøre det samme. I lys av at mange av de klassiske norske mediebedriftene også er svært små, er grenseproblemene åpenbare.

Konkret til forslaget om å "utvide" kringkastingslovens saklige virkeområde har vi kommentert valg av implementeringsmodell ovenfor. Som antydnet er TV 2 av den oppfatning at man bør samle de tematiske lover og ikke innføre teknologibestemte avgrensninger - eller spre tematisk likeartede reguleringer på flere forvaltningsdeler - uten at dette er svært godt begrunnet.

Senderlandsprinsippet er et svært viktig prinsipp som TV 2 også tidligere har understreket. Tematisk berører dette en rekke problemstillinger, også knyttet til internasjonal rett, håndheving osv. For TV 2 er det viktig å sikre at disse problemstillingene hensyntas. Den som publiserer bør kunne bygge på at senderlandets rettsregler gjelder og at man også primært kan forvente at rettslig og forvaltningsbehandling skjer i senderlandet. Vi ser at dette ikke kan la seg gjennomføre alltid, men da må man - for å skape forutberegnelighet - også legge vesentlig vekt på at norske bestemmelser så langt mulig, både i utforming og innhold ligger nær opp til de land det er relevant å tro at mottak skjer i; for oss kanskje særlig Norden og deretter de øvrige EØS-landene. Dette er også av stor konkurransemessig betydning for de norske virksomhetene.

TV 2 støtter – under forutsetning av at man viderefører en kringkastingslovsbasert regulering, departementets synspunkter og forslag i 5.1.

TV 2 har støttet arbeidet med en mer samlet medielovgivning og deler departementets synspunkter under 5.2.

Til konsultasjonsprosedyren som behandlet under 5.3 gjentar vi at dette området i hovedsak er mest relevant dersom Norge innfører andre reguleringer enn våre nabo- eller konkurrentland. TV 2 mener at man ikke bør gjøre dette. Hvis man likevel vurderer dette er det tvingende nødvendig at man også har for øye å sikre "level playing ground" i Norge.

Vi noterer at man vil legge håndteringen av slike konsultasjoner til Kulturdepartementet. Vi vil anta at en beslutning om å iverksette beskyttelsestiltak eller anmode om å følge strengere regler vil være et enkeltvedtak. Dersom førsteinstansen er departementet fremstår klageordningen som ganske illusorisk. En klage som behandles i regjeringen vil heller ikke kunne behandles av Sivilombudsmannen.

TV 2 er enig i departementets vurdering under 5.4.2 hvor det tas utgangspunkt i legalitetsprinsippets krav til regelverkets spesifisering av inngrepet. Tilsvarende klarhetskrav bør følges når man skal fastlegge grunnlaget for tiltak. Departementet foreslår at "forbud mot videresending" vil være et hensiktsmessig virkemiddel. Dersom man her tolker "videresending" i tradisjonell forstand er dette åpenbart utilstrekkelig, idet det ikke favner f. eks. DTH-mottak.

Det kan naturligvis tenkes at man lovveien legger en forpliktelse på DTH-operatører som utnytter "norsk" satellit-kapasitet rette mot norske dekrypteringsbokser, men det vil likevel være slik at mottakere med egnet disk vil kunne ta kanalene direkte fra utsenders "primær-

operasjon”. Forslaget vi i så fall bare medvirke til at man flytter publikums oppmerksomhet over på ikke norske DTH-operatørers tilbud. De tekniske løsningene er både tilgjengelige og enkle. Tilsvarende problemstillinger oppstår naturligvis hvor den aktuelle kanalen publiseres over internettbaserte distribusjonsløsninger. Dette illustrerer nok en gang at løsninger må finnes gjennom etablering av likeartede rammebestemmelser i de aktuelle sendeland.

Det er vesentlig at man ikke innfører reguleringer som man ikke kan håndheve, eller som bare delvis kan håndheves (og derfor fremtrer som konkurransevridende).

Til 5.5.2 noterer vi at det vises til Vær Varsom-plakaten som et eksempel på en selvregulering. Vi vil, i tilknytning til dette, peke på at dagens kringkastingsreguleringer også inneholder regler som skal styre det man kan beskrive som medienes etiske standard, i bryningsfeltet mot det kommersielle. Dette er typisk regler om sponing, skjult reklame, adskillelsesreguleringer, (mer uforståelige) regler om begrensninger i formen opplysninger om sponstiltak skal ha osv. Slike forhold er omfattet dels av Vær Varsom-plakaten, men også Tekstreklameplakaten er sentral. TV 2 peker på dette fordi vi mener at i alle fall de særnorske reguleringer på dette området – ut over direktivets minstekrav - bør tas ut og som for alle andre medier, overlates til den generelle lovgivningen og de organer som har markedsføringsreguleringene som forvaltningsområde samt til medienes selvreguleringsystem. Det er selvsagt heller ikke noe i veien for at et forvaltningsorgan som Medietilsynet, henleder Forbrukerombudets eller Pressens Faglige Utvalgs oppmerksomhet på konkrete uheldige forhold, ved å klage til disse ordningene.

Vi mener også at medienes mer etiske forhold, typisk utforming av informasjon som gis, uavhengighetskrav og lignende, er forhold som bør overlates til selvreguleringsmekanismer eller eventuelt samregulering.

Hva gjelder identifikasjonsreglene (punkt 6.1) har ikke TV 2 kommentarer til det foreslåtte. Vi minner imidlertid om at vi tidligere, blant annet i opphavsrettssammenheng, har pekt på at det bør innføres et generelt krav til den som publiserer om å angi hvem som er ansvarlig for tjenesten. Avgrensningen av hvem som faller inn under reguleringene vil kunne medføre at store deler av det som publiseres, typisk utenfor de regulære mediebaserte tilbydere, men hvor krenkelsers finner sted, ikke er pålagt en slik plikt. Man bør derfor vurdere hvorledes man kan innføre utvidet omfang på denne bestemmelsen, eventuelt gjennom en mer generell medielovgivning.

Til pkt. 6.3 vil TV 2 understreke og si seg tilfreds med, at man ikke skal stille krav om at alle kringkastere til enhver tid skal tekste alle programmer. Vi ser god begrunnelse for at NRK pålegges særlige krav finansiert gjennom lisensen og fastlagt i lys av et definert allmennkringkasteroppdrag.

Hva gjelder andre kringkastere mener vi at pålegg i den form som det her indikeres, ikke bør innføres. For det første er det ikke noe tjenlig mål å legge oppslutningen om kanalen til grunn. Den vil variere og evnen til å bekoste teksting er ikke alene avhengig av oppslutningen. Dyre kanaler vil ofte gi økt seertall, men det betyr ikke at fortjenesten på kanalen er stor/at økonomien er god. TV 2s oppfatning er at man eventuelt bør ”oppmuntre medietilbydere” gjennom aktive støtteordninger. Slike tjenester for hørsels- og synshemmede bør absolutt være et generelt samfunnsansvar og baseres på at aktørene påtar seg forpliktelser grunnet på en avtale og dernest mottar finansieringstilskudd for å levere dette. Det er også naturlig at det offentlige er i førersetet mht automatisert tale-til-tekst teknologi. TV 2 medvirker i dette arbeidet og TV 2 har hatt til hensikt å ta i bruk slik teknologi når den finnes og kan anvendes innen forsvarlige rammer.

For øvrig har vi liten forståelse for at NRKs distriktssendinger ikke skal tekstes, vi ville sett dette som en naturlig del av allmennkringkasteroppdraget, og uansett bør teksting skje om de har oppslutning som – om de hadde vært en kommersiell kanal – hadde ført dem inn under en eventuell teksteplikt.

For øvrig er det uakseptabelt at man for teksting av direktesendinger alene antyder vilkårene ”teknisk og praktisk mulig i forhold til produksjonstid” og ikke trekker inn den kostnadmessige siden. Hvis en kringkaster av saklige og rimelige økonomiske grunner ikke ser seg i stand til å tekste og reguleringen blir stående, vil det formodentlig skje inngrep gjennom en eller annen form for sanksjon. Dette har åpenbart et ytringsfrihetsaspekt som må vurderes. Kan en ytrer ikke ytre fordi man ikke har råd til å tekste, er det åpenbart uakseptabelt.

Hva gjelder kravene som er angitt i 6.4.2. vil vi peke på at dette åpenbart har en side til markedsføringslovgivningen. Vi kan vanskelig se noen grunn til at man ikke skal overlate dette feltet til den alminnelige lovgivning. Vi viser til at typisk adskillelseskravet fremgår tydelig av markedsføringslovens § 3. I den grad direktivet tilsier særlige reguleringer bør man vurdere å presisere dem generelt i markedsføringsloven, på teknologinøytral måte. På samme måte bør man vurdere å innarbeide e-handelslovens reguleringer, slik at man unngår denne formen for dobbeltreguleringer.

Grunnet i samme synspunkter er TV 2 enig i departementets synspunkter under 6.4.3. hvor det ikke legges opp til ny regulering (i en mulig utvidet kringkastingslov).

Ut fra samme prinsipielle synsvinkel vil TV 2 foreslå at reglene om beskyttelse av mindreårige på markedsføringsfeltet oppheves og at man også her baserer seg på de alminnelige reguleringene i markedsføringsloven, eventuelt med supplerer der. Her er beskyttelsen av barn nylig innskjerpet og presisert. Også TV 2 har vansker for å se at ikke samme reguleringer bør gjelde medieuavhengig for de fleste problemstillinger. Vi noterer at Forbrukerombudet allerede i dag har en forvaltningsmessig rolle på kringkastingsområdet. Vi noterer at man antyder at regler om reklame rettet mot barn utvides også til alle former for audiovisuell kommunikasjon og det tilsier ytterligere at reglene samles i markedsføringsloven. For ordens skyld vil TV 2 understreke at tidligere uttalelser om at TV 2 har forståelse for og støtter et sterkt vern av barn, naturligvis fortsatt står. Vi mener imidlertid at reguleringene bør gjøres gjeldende generelt, i samspill med de reguleringer som fastlegges i nabolandene. Det er ingen grunn til at tjenesteytere utenfor AV-området eller utenfor Norge, skal kunne utnytte dette området for å bygge opp en finansiell konkurransekraft i forhold til dem som er underlagt de strengere reguleringer. Vårt poeng er at man bør samle reguleringene i markedsføringsloven og gjøre prinsippene gjeldende for alle publikasjoner, ikke bare audiovisuell kommunikasjon, slik dette er definert.

Til 6.4.8 viser TV 2 til at vi gjentatte ganger har tatt opp betydningen av den plattformbaserte regulering av legemiddelreklame, legemiddelinformasjon og mulighet til å motta sponsormidler fra slike virksomheter. TV 2 erkjenner naturligvis behovet for en gjennomgående regulering av denne typen markedsføring. TV 2 ser også at visse særlig påtrengende medier kanskje må vurderes særregulert. TV 2 er for en streng regulering av tv-reklame for legemidler, i likhet med lovgivningen i våre naboland. TV 2 kan leve med at en ny regulering ikke åpner opp for tv-reklame for *alle* typer reseptfrie legemidler hvis det finnes helsefaglige grunner for å gjøre unntak. TV 2 kan imidlertid ikke se noe saklig motivert grunnlag for et totalforbud slik man i dag ser.

TV 2 vil i hovedsak fremheve at:

- Norge så vidt vites, er eneste land i Europa som har et slikt forbud i dag
- Forbudet mot reklame for reseptfrie legemidler på tv virker konkurransevridende i tv-markedet
- "Norske kanaler" som sender fra utlandet (for eksempel TV 3, Viasat4, FEM) kan sende reklame for reseptfrie legemidler
- Det samme gjelder andre utenlandske kanaler, som sendes i norsk versjonert form, med norskspråklig reklame, sponsorplakater og norsk tekst.
- Norske forbrukere går glipp av informasjon om legemidler og behandlingsmåter via en effektiv mediekanal. Mens det er lov å reklamere for naturmedisin/kosttilskudd *uten* krav til dokumentert effekt, er det ikke tillatt å reklamere for godkjente legemidler *med* dokumentert effekt på norsk fjernsyn. Dette kan medføre at forbrukere velger naturmedisin/kosttilskudd ved "selvmedisinering" når de egentlig burde brukt reseptfrie legemidler. Reseptfrie medisinen selges nå på nesten 7000 utsalgssteder i Norge – mange av disse er døgnåpne. Ordningen med salg utenfor apotek ble fra årsskiftet utvidet med en rekke nye preparater, bl.a. nødprevensjon og allergimedisin.
- Kampanjer som skaper bedre folkehelse rammes av forbudet. Reklame for reseptfrie legemidler som bidrar til røykekutt kan for eksempel ikke sendes på TV 2. Det samme gjelder kampanjer for fluorpreparater som kan redusere tannråte. Også kampanjer om vaksiner før reiser til visse områder sperres.
- Reseptfrie legemidler betales av forbrukeren selv, Myndigheten trenger derfor ikke frykte økte offentlige utgifter. Det har for øvrig ikke vært noen kraftig økning i salget etter at antall utsalgssteder ble kraftig utvidet fra 2004
- TV-reklame vil styrke konkurransen i dette markedet. Konkurransetilsynet er bekymret for konkurransen i apotekmarkedet og uttaler; "*Bedre muligheter for markedsføring kan bidra til økt prisbevissthet og styrket konkurranse.*"
- Prisene på reseptfri medisin er i dag vesentlig høyere i Norge enn i våre naboland, hvor reklame tillates på fjernsyn.
- De alminnelige reguleringene er tilstrekkelige. Markedsføring av medisiner er strengt regulert av Statens Legemiddelverk. Reklamen skal bl.a. inneholde forsiktighetsregler (f eks. "Bør ikke brukes i mer enn ti dager sammenhengende").

Bransjen utøver i tillegg selvjustis gjennom Rådet for legemiddelinformasjon, som Legemiddelindustriforeningen står bak sammen med Den norske legeforening. Rådet vurderer markedsføringen, gir bedriftene råd, og kan bøtelegge de bedriftene som ikke følger regelverket.

TV 2 mener også her at reglene om audiovisuell kommersiell kommunikasjon bør finnes i de respektive tematiske reguleringer, ikke i kringkastingsloven.

Reglene om merking og forbud mot skjult reklame bør likeledes reguleres generelt og teknologiavhengig.

Forbudet i legemiddelforskriften hva gjelder reklame for reseptfrie legemidler, bør oppheves.

Reklame for helsetjenester må fastlegges plattformuavhengig.

Hva gjelder regler for sponsede programmer (punkt 6.5), mener TV 2 at dagens reguleringer om sponsoridentifikasjonene pålegger begrensninger som ikke har noen saklig begrunnelse, som virker konkurransevridende både mellom plattformene og de norske/internasjonale aktørene og som derfor må justeres i tråd med direktivets normalreguleringer.

TV 2 ser ikke at det følger av direktivet at det "skal være et skarpt skille mellom sponning på den ene siden og reklame på den annen side". Reguleringen rundt dette følger av bokstavene b og c lest i sammenheng og det er her ikke gitt en slik uttalelse eller grunnlag for en slik konklusjon. TV 2 vil sterkt anmode om at man ut fra hensyn til finansiering av små norske virksomheter og for å sikre disse arbeidsplasser, revurderer det adskillelsesregimet og de ganske upraktikable reguleringer/forvaltningsavgjørelser som er etablert på dette felt.

TV 2 kan for det første ikke se noen saklig grunn til å verne offentligheten mot sponsorplakater som ikke oppfyller det helt uforutsigelige kravet om "nøytral visuell utforming". Tvert om bør denne finansieringsformen legges opp etter minstereguleringene. Sponning må anses som en nødvendig finansieringsform som de få gjenværende norske kringkastere ikke skal utelukkes fra. Dagens reguleringer er alene til fordel for utenlandske konkurrenter. I tillegg påfører de vesentlig administrativt merarbeid/øket risiko (og dermed bruk av knappe ressurser som skulle gått til produksjon og visning av programmer).

TV 2 kan lett slutte seg til departementets uttalelse om utformingen av sponsoridentifikasjoner når det sies at den norske regelen har vist seg vanskelig å håndheve. Vi mener i tråd med dette at kravet om "et skarpt skille" som omtalt ovenfor, må omreguleres. Vi er helt enige i at det bør åpnes for å referere til navn på sponsors produkter eller tjenester. I svært mange tilfeller er det disse navnene som er kjent og gir seerne nødvendig informasjon.

Dagens regler gir seg også merkelige utslag ved at det ikke kan vises til deler av enkeltsselskaper med selvstendige avdelinger når disse avdelingene inngår avtale om og dekker sponsortilskuddet. Det er vilkårlig om større virksomheter er organisert som konserner med flere juridiske enheter eller et stort selskap med avdelinger. Dette rammet typisk den (da) store mobilprodusenten Siemens Mobil, noe vi anser som helt vilkårlig. Når man kan henvise til et produkt, må det også kunne henvises til den avdeling innenfor en større enhet som faktisk gir sponsormidler.

TV 2 vil slutte seg til at man i rettsreglene innfører et krav om "markedsføringshensikt". Vi vil dog peke på at dette typisk er et felt som også vil bli selvregulert. De etiske reglene i mediene, typisk Tekstreklameplakaten pålegger en videre identifikasjonsplikt, fundert i medienes funksjon og hensynet til klargjøring overfor lesere/seere. "Når et program er sponset, skal publikum informeres om dette både foran og etter programmet.". TV 2 ser dette som et eksempel på hvordan lovens straffebelagte minstekrav suppleres og samspiller med bransjenormene. De lovpålagte grenser med offentlige sanksjoner bør regelmessig være snevrere enn de selvpålagte yrkesetiske reguleringer.

Hva gjelder utvidelse av NRKs adgang til sponning, vil TV 2 først ha uttalt at det ikke er selvsagt at NRK skal trekke inn midler fra en svært begrenset finansieringskilde. TV 2 mener at det ikke bør åpnes for dette. Dernest må det – om NRK fortstat skal ha slike inntekter - uansett fastlegges at NRK ikke kan "underprise" særlig visningssponsorater og sist, men ikke minst må de inntekter som NRK har eller får, hensyntas når lisensen fastlegges. Det er ikke adgang til å overkompensere NRK. Når inntekter som finansierer virksomheten kommer, må lisensen nødvendigvis reduseres, gitt det samme allmennkringkasteroppdraget, for å unngå en slik effekt.

Til temaet produktplassering (6.6) viser TV 2 også til tidligere uttalelser og diskusjoner rundt dette.

Innledningsvis peker vi på det problematiske i at departementet tilsynelatende generelt likestiller produktplassering med reklame, og også - uten presisering - uttaler ”dagens forbud mot produktplassering”. Det er åpenbart at dette kan være reklame, at det kan rammes av et forbud, men det kan også være og er oftest, en helt ut akseptabel og nødvendig, form for sponning.

Når produktplassering – som etter TV 2s oppfatning, i hovedsak må anses som en særlig del av sponsorområdet – vurderes, mener TV 2 at man også bør se nærmere på sponsorreguleringene generelt. Her bør man – så langt mulig – søke fellesreguleringer.

Det er et poeng for den norske virkeligheten at mindre tilskudd, typisk hvor man får låne produkter, lokaler eller lignende også er lagt utenfor det som anses som sponning, jfr. forskriftens § 3-10 siste ledd. Dette må også gjelde ”produktplassering”.

Det er ikke forbudt med ”realsponning” etter gjeldende rett. Lån av gjenstander osv har skjedd og vil skje. Tilsvarende har man ofte lånt gjenstander fra sponsorer som også er eksterne finansieringskilder (det er naturlig for å begrense antallet identifikasjoner jfr. tidsbegrensningene og tendensen til ”blokkdropp” under rulletekster/plakater).

Spørsmålet er således i stor grad avhengig av hvordan man definerer begrepene; hva man mener med ”produktplassering” og dermed hva som skal omfattes av reguleringene. Det kaller på gjennomtenking. Dersom sponsorregler og produktplasseringsregler er like, vil grensespørsmålene sjeldnere oppstå.

For TV 2 er det viktig at man ikke manøvrerer seg slik at regulær realsponning, som man tidligere faktisk har gjort, plutselig blir utelukket i Norge. Det er uansett tvingende nødvendig å gi regler som fraviker et generelt forbud.

Kjernen i reguleringene må - som før - være at kjøpsoppmuntring ikke skjer i programmet og at sponsorer identifiseres.

Utenlandske produksjoner som ønskes innkjøpt, reiser egne spørsmål. Det er ingen grunn til at egenproduksjon (programmer kringkasteren selv produserer eller bestiller fra andre) skal behandles strengere enn ”fremmedproduksjon”. Tvert om er det viktig å legge til rette for norsk egenproduksjon i en svært hard konkurranse med utenlandsk fremmedproduksjon, herunder åpne for at kringkasterne kan delta i dette på like vilkår. Vi kan ikke se at en produksjon skal underlegges særlige begrensninger og vilkår alene fordi en kringkaster har engasjert seg med formål å vise den ferdige produksjonen.

Vi minner også om at norske virksomheter deltar i multinasjonale samarbeidsproduksjoner. Dette kaller på varsomhet mht særnorske reguleringer. Man må ikke innføre reguleringer som gjør slikt samarbeid umulig eller vanskelig.

TV 2 slutter seg således fullt ut til at det må tas hensyn til hva andre land gjør her. Dette er viktig både for at TV 2 skal kunne vise enkelte produksjoner, men også svært viktig for produksjonsomfanget i det norske produksjonsmiljøet som TV 2 i høy grad sørger for er aktivt. Norske produksjoner er allerede høyt priset og de har et lite marked. Å svekke dette miljøets finansieringsmuligheter - i forhold til andre leverandørers - vil føre til en ytterligere dreining mot utenlandsk produksjon.

Vi kan vanskelig se grunn til å behandle produksjoner som lages for bestillingstjenester og som så tas inn i kringkasting annerledes enn produksjoner som produseres for kringkasting og så tas inn i bestillingstjenester.

Det er også viktig å respektere en redaktørs rett til selv å bestemme at materiale som av redaktøren anses viktig og riktig å vise, kan vises. Man må også vurdere produktplasseringsreguleringene i et slikt lys. Det er også viktig med like vilkår og man kan ikke gi fjernsyn dårligere vilkår /snevvrere rammer alene fordi "bestillingstjenestene" er mange flere eller vanskeligere å kontrollere.

TV 2 er i det lange løp ikke ute etter og har heller ikke noe å tjene på, å fylle opp programmer med mer eller mindre synlige "produkter". Det viktige er at TV 2 – som betydningsfull kringkaster – ikke må bli avskåret fra å vise (eller produsere) viktige programmer – eller gode serier, for den saks skyld – selv om de opprinnelig skulle være finansiert gjennom slik produktplassering som måtte være lovlig etter andre lands rett, og at vi også må gis samme – eller kanskje i lys av det lille markedet vi produserer for – bedre finansieringsmuligheter enn man har i disse større markedene.

Til departementets drøftelse av hensyn som taler for og mot "produktplassering" vil vi i forhold til skillet mellom redaksjonelt og kommersielt innhold, påpeke at hensynet naturlig er sterkest i den "journalistiske" delen av virksomheten. Vi viser til prinsippet i direktivets 3f nr. 4 – om nyhets- og aktualitetsprogrammer, barneprogrammer, dokumentarprogrammer og religiøse programmer - som vi anser tjenlig også på produktplasseringsområdet. Man må også ha i mente at det i tillegg ligger yrkesetiske reguleringer som vil styre de norske kringkasterne, i alle fall på det journalistiske området. I prinsippet mener TV 2 at man bør vurdere om slike selvreguleringer alene kunne være tilstrekkelige.

Vi registrerer at man anser denne finansieringsformen som en mulig årsak til at kvaliteten på norske fjernsynsproduksjoner vil svekkes. Først og fremst er det viktig å understreke at ingen produksjoner vil bli gjennomført – uansett kvalitetsønsker - dersom det ikke er finansiering. I et lite område som det norske er det lave produksjonsvolumet i miljøet, etter TV 2s oppfatning, den viktigste trusselen mot kvaliteten. Man kan raskt forsterke dette trekket dersom man ytterligere sperrer for mulige finansieringskilder. Det er vanskelig å se at dagens reklamemarked alene kan bære den utvikling vi ser - og de målsettinger norske virksomheter har - hva gjelder å få frem konkurransedyktige norske TV- og AV-produksjoner.

Hva gjelder produktplassering og identifisering ser vi at departementet mener det kan være en utfordring å lage effektive identifiseringsregler. TV 2 mener det lar seg løse, men det må da gis noe mer tidsmessig plass enn man har i dagens sponsoridentifikasjonsregler.

I kapittel 7 omtales – hva gjelder AV-området - en type materiale som TV 2 sjelden publiserer. TV 2 er enig i at bestillingstjenester naturlig bør sees i sammenheng med reglene for omsetning av fysiske eksemplarer. Det må antas at slik fysisk eksemplaramsetning vil synke og at bestillingstjenestene med digital formidling vil overta. TV 2 ser fornuften i at man her går inn i en mer dynamisk samregulering, ikke minst på bakgrunn av teknologiutviklingen. Vi vil dog peke på at man nok vil se en konsentrasjon av store internasjonale tilbydere, og at man av denne grunn bør sikre internasjonale reguleringer og like nivåer. Problemstillingene som er påpekt rundt de internasjonale tv-sendingene og senderlandsprinsippet ser man naturligvis også igjen i bestillingsmarkedet.

TV 2 har tidligere tatt opp kravene til europeisk andel og de konsekvenser dette medfører, typisk for "TV 2 Filmkanalen" som baserer seg på restmateriale og publiseringsretter fra store program/filmpakker fra de ikke europeiske leverandørene. Vi viser i denne sammenheng bl. a.

til vårt brev til departementet av 18. juni 2008 som vi ikke har mottatt noe svar på. Vi etterlyser en drøfting fra departementet når det gjelder en mer smidig utforming av kvotebestemmelsene, slik AMT-direktivet (og det tidligere EU-direktivet) gir åpning for.

De rettigheter det her er tale om, kan vanskelig utnyttes i hovedkanalen(e). For fjernsyn som jo er en løpende tjeneste er slike innholdsmessige pålegg en langt tyngre belastning enn det ville være for bestillingsmarkedet, som bare vil få en plikt til å ha et europeisk tilbud i "katalogen". Det er dog et hensyn at en plikt til slik tilgjengeliggjøring muligens ville medføre at disse virksomhetene tilførte de europeiske produsentene/rettighetshaverne noe inntekter eller oppmerksomhet. Dette kunne bidra til å finansiere nye produksjoner. Når (eller om) fjernsynet mister oppslutning til bestillingstjenestene vil det naturligvis redusere inntektene til de europeiske produsentene. Det vil naturligvis reise spørsmål om alternative inntektsstrømmer kan etableres med samme formål.

Til punkt 8 (eksklusive rettigheter og korte reportasjer) noterer vi direktivets forutsetninger og departementets beskrivelse av avgrensninger under 8.1. For TV 2 er det avgjørende viktig å poengtere at "begivenheter av stor interesse for allmennheten" ikke bør defineres slik at de omfatter arrangementer som kringkasterne selv arrangerer eller investerer i og således bygger interesse for.

Ut fra reglens formål må lånerett også utelukkes hvor typisk den opprinnelige rettighetshaver (arrangør eller lignende) faktisk tilbyr nyhetsklipp på ikke-eksklusiv basis. Som eks. på dette kan vises til Norges Fotballforbund. Reglene bør derfor begrenses til de tilfeller hvor eksklusiviteten også omfatter eventuelle nyhetsklipp – det er i praksis nokså sjelden.

I de ovennevnte tilfelle er det slik at den enerett som reguleringen forutsetter, ikke foreligger.

Det må være et poeng å få frem praktikable reguleringer slik at det enkelt klarlegges at vilkårene for å ta ned en konkurrents bilder foreligger.

Når tilgang ved grenseoverskridende saker skal baseres på lovverket i den stat der fjernsynsselskapet som gir tilgang er etablert, mens sending skal reguleres av lovverket i medlemsstaten der fjernsynsselskapet som sender utdragene er etablert, bør man ha som formål å legge reguleringene så nær opp til andre land som mulig.

Vi noterer at den kommende reguleringen ikke vil ta stilling til medienes faktiske fysiske tilgang til begivenhetene med sikte på egen produsert dekning. TV 2 har tidligere pekt på at medienes tilgang til arrangementer fremstår som et mindre inngrep enn at man gir rett til å ta ned den aktuelle kringkasters sendinger, for så å republisere dette materialet. Ved å sikre medienes tilgang for egen nyhetsproduksjon vil man unngå at kringkasterne systematisk benytter andres innsats for å bygge et tilbud til egne seere i konkurranse med den som faktisk tar kostnadene ved å dekke det. Som nevnt ovenfor bør det også avgrenses mot de tilfeller hvor arrangør eller kringkaster med rettigheter til arrangementet, tilbyr egnede nyhetstjenester på like vilkår til andre medier.

Idet bruken som her omtalt, vil bety at det etableres en bruksrett til (av andre) produsert materiale, ser TV 2 det som korrekt at man vurderer dette i en opphavsrettslig synsvinkel. Idet de av opphavsrettslovens någjeldende lånebestemmelser som har relevans for mediene, i det alt vesentlige gjelder stillbilder (med unntak av sitatbestemmelsen og reportasjebestemmelsen) vil vi tro at en harmonisering og vurdering ut fra audiovisuelle mediers behov bør vurderes.

For øvrig er det et poeng å bemerke at mediernes rett til å rapportere de faktiske hendelser løpende etter hvert som de blir kjent, i det alt vesentlige er uavhengig av reguleringene her. Reglene tar øyensynlig bare sikte på å gi kringkastere som ikke har rettigheter en mulighet til å dekke rapporteringen ved levende bilder, hentet fra en annen kringkasters produksjon. Det er vesentlig å skille diskusjon om bildelegging/tilgang fra bildestoff fra diskusjonen om rett til å publisere faktiske opplysninger.

Til de temaer som tas opp bemerkes:

Vi kan vanskelig se at det er en tjenlig norm å legge til grunn at en begivenhet har stor interesse for allmennheten, om en eller flere kringkastere anser innholdet av interesse for deres seere. En slik innretning på vurderingen ville muligens vært tjenlig i en situasjon med få dominerende riksdekkende stasjoner, men en øket kanalflora basert på nisjekanaler med lav oppslutning gjør dette utjenlig som vurderingsnorm. Man bør åpenbart presisere dette nærmere, og da legge vesentlig vekt på den samfunnsmessige betydning begivenheten har. Som nevnt bør det vurderes en avgrensning mot kringkasternes egne arrangementer. Under enhver omstendighet mener TV 2 at man må gjøre en avgrensning dersom nyhetsdekningen fremstår som en uakseptabel belastning på opprinnelig kringkasters investeringer eller påvirker avkastningen av investeringen på en uakseptabel måte. I så fall kan man vurdere et vilkår om (ytterligere) tidsforskutt sending.

Hva gjelder informasjon mellom aktørene vil vi tro at slike arrangementer med stor interesse for allmennheten, herunder hvem som har inngått avtaler, normalt vil være kjent lang tid på forhånd. Ofte vil i alle fall de større aktørene, ha vurdert om man skal gå inn i aktuelle budrunder eller lignende, alene eller sammen med andre. Dersom vilkår og arten av arrangementer som dekkes av reguleringene, er rimelig klare vil det neppe være behov for en omfattende byråkratisk meldingsordning.

Vi noterer at godtgjørelsesordninger skal fastlegges, og at det følger av 3k nr. 6 at disse maksimalt skal dekke de "ekstrautgifter som påløper direkte i forbindelse med tilveiebringelsen av tilgang". Hvor en kringkaster selv gjør et opptak av det rettighetshaveren publiserer vil det neppe være vesentlige "merkostnader", men vi mener at brukeren bør dekke en rimelig andel av produksjonskostnadene/lisenskostnadene. Dersom man vurderer å tilplikte rettighetshaver å produsere en egen feed, nærmest på bestilling fra andre, eventuelt en "clean feed" uten kommentar eller lignende, blir situasjonen annerledes. Vi mener dog at de opphavsrettslige hensyn tilsier at det uansett fastlegges et opphavsrettsvederlag for bruken av rene filmklipp hvor disse hentes fra programmene.

Hva gjelder klippenes varighet mener TV 2 at man bør sette en normalgrense som ikke bør overskride 30 sekunder, og da også slik at man ikke kan bringe det alt vesentlige av det verdifulle innholdet dersom hendelsen varighet er kortere (100 meter i et spesialstevne for eksempel). Bare hvor det foreligger særlig begrunnelse bør det kunne gås opp til 90 sekunder.

Vi mener at man også bør vurdere å regulere bruk av lydleggingen, det eneste akseptable er at "vertens" kommentarer ikke skal følge med som annet enn bakgrunnslyd. TV 2 oppfatter ikke at reguleringene skal gi en rett til å låne mer enn råmaterialet for "lånerens" egen dekning.

Hva gjelder tidsfrister for selve bruken er belastninger på investeringene er viktige hensyn i denne sammenheng. Når låneren skal ta ned signalet betyr det praktisk at man først kan sende etter at faktisk utsendelse er skjedd og tatt imot/bearbeidet inn i program som nevnt..

Utsendelse bør således reguleres slik at dette tidligst kan skje i første programsatte nyhetssending etter at begivenheten er kringkastet. Vi ser ikke grunn til at låneretten skal

benyttes for rapportering direkte/samtidig av høydepunktet, i konkurranse med rettighetshaverens virksomhet (og investeringer).

Dette er også i tråd med formålet samt av normen ”redelige og rimelige vilkår”.

Vi noterer at innslaget kan ligge på nett, men bare integrert i det aktuelle program. Vi forutsetter således at gjenbruk utenfor nyhetssammenheng krever avtale med eventuell rettighetshaver.

Ved regulering gjennom åndsverkloven legger TV 2 også her stor vekt på at man finner likeartede, fortrinnsvis likelydende, reguleringer som man benytter i våre naboland. Vi understreker behovet for fortsatt nordisk rettsenhet her. Dersom det er mulig bør man, som også departementet antyder, legge vekt på reguleringer som er tilsvarende det de andre europeiske land kommer frem til.

Eventuelle spørsmål om mediens fysiske adgang til arrangementer og lignende for egen nyhetsmessig dekning, antar TV 2 hører hjemme i en mer generell medielov.

Til kapittel 9, forbudet mot politisk reklame, viser TV 2 til tidligere kommunikasjon. Oppsummeringsvis mener TV 2 at

- Dommen i TV-Vest-saken ikke kan tolkes så snevert som departementet har gjort hittil.
- De tiltakene som er iverksatt kan ikke endre det grunnleggende synspunktet; at det generelle forbudet ikke kan opprettholdes.
- Det ikke er noen dokumentert saklig begrunnelse i det hele tatt, for å opprettholde det mediespesifikke forbudet.
- Det ikke er mulig å hevde at kringkastingsmediets betydning for formidlingen av budskapene i seg selv, kan utgjøre noen saklig begrunnelse for forbud, når det ikke anses problematisk at kringkastere stiller sendetid gratis til rådighet for det samme slik TVNorge nå har gjort.
- Regulering av politisk reklame er ikke et spørsmål om hva de politiske makthavere mener er riktig, tjenlig eller korrekt. Det er knapt nok et argument at det har vært flertall i Stortinget for et forbud, når man snakker om reguleringer som særlig skal beskytte ytrere og ytringer som ikke har majoritetsoppslutning.
- Dersom man i det hele tatt skulle regulere politiske ytringer bør man gjøre det medienøytralt og gjennom forbud/reguleringer rettet mot de faktiske ytrerne, ikke mot kringkasterne. Dette ville også sette spørsmålene i sitt rette lys.
- Ytringsfrihet må bygge på at ytreren må kunne ytre seg i sammenhenger hvor publikum registrerer ytringen. Det er i seg selv et vesentlig inngrep å nekte en ytrer tilgang til ytringsformer som ytreren mener er best for å nå frem. At ytrere ikke forbyes å ytre seg, men henvises til å uttale seg i mindre fora eller ”alene i skogen” innebærer ikke noen faktisk ytringsfrihet.
- TV 2 mener det er svært gode grunner til, også på bakgrunn av avgjørelsene fra Menneskerettsdomstolen, å skille politiske og religiøse ytringer og gjøre dem til gjenstand for adskilte vurderinger. I de fleste tilfelle er dette to forskjellige områder, med sterkt varierende begrunnelser.
- Hva gjelder TV-mediets styrke er det viktig å bemerke at situasjonen er under vesentlig endring hva gjelder antall kanaler og oppslutningen om dem. Utviklingen har bare blitt sterkere etter den uttalelsen i VGT-saken som det vises til. Det er vanskelig å se argumenter for at tv-mediet skulle ha en vesentlig større styrke enn andre audiovisuelle medier. Man kan naturligvis fortsatt i noen grad hevde at tv-mediet har

styrke fordi svært mange mennesker ser på TV, men det kan vanskelig hevdes at antallet borgere som mottar en ytring gir saklig grunnlag for å lovregulere i form av et mediespesifikt forbud. Som det uttales i VGT-dommen kan et mediespesifikt forbud ikke sies å "be of a particular pressing nature". Generelt kan man si at god reklame virker, dårlig reklame virker i mindre grad. Det er ikke noe spesielt ved TV her.

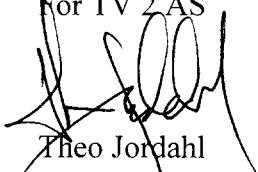
I lys av dette fremstår det som ganske uforståelig at departementet i det hele tatt går inn på en vurdering av å utvide forbudet til "audiovisuelle bestillingstjenester slik dette er definert i AMT-direktivet". Etter TV 2s oppfatning vil dette, i tillegg til nesten uoverstigelige grenseproblemer, ikke kunne stå seg i forhold til Menneskerettskonvensjonens regulering og domstolens praksis.

Avslutningsvis til de økonomiske og administrative konsekvensene, vil TV 2 uttale at man nok undervurderer omfanget ved å overvåke og følge opp et utvidet område som direktivet medfører. For TV 2 er det svært viktig å understreke nødvendigheten av at alle aktører store som små, følges opp og at samme reguleringer, oppdagelsesrisiko og behandling gjelder. Man kan ikke vedta lover som man vet man ikke administrativt kan følge opp, eller etablere et regime som muliggjør at små aktører – på grunn av liten oppdagelsesrisiko - vokser seg store gjennom ikke å forholde seg til de reguleringer konkurrentene må følge.

TV 2 vil anta at det vi oppfatter som en i alle fall på sikt - utvidet teksteforpliktelse – vil medføre ekstrakostnader. Det vil også legge konkurransevridende belastninger på de større kanalene. Dette vil både øke oppsplittingen av kanaler og bedre de mindre kanalenes relative konkurransekraft.

Med vennlig hilsen

For TV 2 AS



Theo Jordahl

Adv.