

Till:  
[ku.remissvar@regeringskansliet.se](mailto:ku.remissvar@regeringskansliet.se)  
[ku.md@regeringskansliet.se](mailto:ku.md@regeringskansliet.se)

Stockholm den 22 november 2019

Yttrande ang. remiss En moderniserad radio- och tv-lag (SOU 2019:39)  
Ku2019/01489/MD

### Sammanfattning

- Bonnier Broadcasting välkomnar utredningens ansats att förenkla och anpassa lagstiftningen efter det nya AV-direktivets miniminivå. Det gäller särskilt förslaget att räkna mängden reklam för en längre period istället för per timme.
- Den detaljerade och sektorsspecifika regleringen av radio och tv bör inte cementeras genom införandet av nya regler i radio- och tv-lagen, exempelvis för videodelningsplattformar. Ett bättre alternativ är att använda horisontell lagstiftning.
- Det är välkommet att utredningen förordar att ett självreglerande system bör möjliggöras genom att vissa villkor i radio- och tv-lagen inte tillämpas av tillståndsgivaren.
- Det är bra att utredningen betonar branschgemensamma egenåtgärder när det gäller skydd av minderåriga mot skadligt innehåll.
- Utgivares integritet bör inte inskränkas med ytterligare krav på innehåll och form. Exempel i detta sammanhang är de nya kraven på att framhäva europeiska program i beställ-tv.
- Vitessanktionen för den som inte lyckas med alla krav om tillgänglighet till tv-program bör inte bytas ut mot en särskild avgift.
- Huvudregeln om sponsring bör ändras så att sponsring av korta program av uppdaterande karaktär inom sport, underhållning, kultur, trafikinformation och liknande blir möjlig.

### Övergripande kommentarer

Bonnier Broadcasting har under lång tid påtalat vikten av att regering och riksdag värnar fria, mångfacetterade och oberoende medier genom goda villkor att verka fritt med hållbar finansiering på en väl fungerande marknad i balans. Det innebär att politiken dels bör sträva efter utökad självreglering, dels undvika särregler som enbart träffar svenska medieföretag. I de fall reglering behövs bör den utformas som generell lagstiftning och inte vara mer långtgående än vad EU-direktiven kräver.

Bonnier Broadcasting välkomnar utredningens ansats att förenkla och anpassa de nya reglerna efter det nya AV-direktivets miniminivå. Det gäller särskilt förslaget att räkna mängden reklam för en längre period istället för per timme. Detta gör att reklampauserna kan placeras med större flexibilitet vilket ger tittarna en bättre upplevelse, t.ex. vid livesändning av sport.

Utredningen har en vällovlig ambition att införa mer teknikneutrala regler men når inte hela vägen med sina förslag. Istället cementeras den detaljerade och sektorspecifika regleringen av radio och tv genom införandet av nya regler i radio- och tv-lagen, exempelvis för videodelningsplattformar. Ett bättre alternativ är att använda horisontell lagstiftning.

Nedan följer Bonnier Broadcastings specifika kommentarer till enskilda förslag i betänkandet.

### Kap. 5 Förutsättningar för samreglering och självreglering

Utredningen lämnar bedömningen att ett självreglerande system, där frågor om respekt för den enskildes privatliv prövas av ett privaträttsligt organ, bör möjliggöras genom att tillståndsgivaren väljer att inte tillämpa villkoret i radio- och tv-lagen.

Bonnier Broadcasting välkomnar denna bedömning som gör det möjligt att flytta över prövningen av etermedier från granskningsnämnden till ett nytt självreglerande medieetiskt system som även omfattar publiceringar online. Under hösten 2019 har Bonnier Broadcasting genom instiftandet av Medieetikens förvaltningsorgan varit med och lagt grunden för det nya systemet som ska börja gälla från och med 2020.

### Kap. 6 Videodelningsplattformstjänster

Utredningen lämnar i kapitel 6 förslag om hur det nya AV-direktivets bestämmelser om videodelningsplattformar ska genomföras i svensk rätt. Utredningens bedömning är att mediebolagens yttrandefrihet inte urholkas så länge reglerna för dessa plattformar inte är mer långtgående än de bestämmelser som gäller för tv-sändningar och beställ-tv.

Bonnier Broadcasting anser tvärtom att fler detaljregler alltid inskränker yttrandefriheten eftersom det ger fler möjligheter att påverka publiceringar, t.ex. genom att en grindvakt placeras hos plattformarna. Dessutom öppnas det upp för att ytterligare bestämmelser som inskränker yttrandefriheten skrivs in i regelverket framöver. Ordningen med att det skulle vara rimligt att ställa allt fler krav på yttranden normeras.

Digitalt material som tar sig över nationsgränser riskerar utsättas för kulturella skillnader i synen på olika sorters friheter och gränsdragningar för överträdelser. Vad som är en rimlig granskning eller folkbildning i ett land kan anses vara en överträdelse i ett annat.

Utgivarintegritet är avgörande för publicisters relevans. Incitament för plattformarna till att agera grindvakter och därmed ytterligare kontrollera vad som yttras underminerar publicisters etableringsfrihet och yttrandefrihet. Seriösa publicisters utgivarbeslut ska inte utsättas för risken att överprövas när en plattform används som distributör.

Med anledning av andra pågående diskussioner om regleringar bör påpekas att det är skillnad på att begära ansvar för nyttjandet av upphovsrättsligt skyddat material och att reglera själva yttrandet. Upphovsrätten handlar om ett formgivet producerat arbete som rättighetshavare ska få betalt för, och rättigheterna ska därmed klareras innan materialet publiceras. Innehållet i yttrandets kärna däremot handlar om tankar, perspektiv, fakta och uppfattningar. Dessa har rätt att uttryckas och ska granskas i efterhand. Dessa två principer går att hålla isär i frågor om varför ett innehåll ska publiceras eller avpubliceras.

Utredningen bedömer vidare att radio- och tv-lagens tillämpningsområde bör utökas till att omfatta videodelningsplattformar.

Bonnier Broadcasting anser att det är mer lämpligt att reglera videodelningsplattformarna enbart genom horisontell lagstiftning. Eventuellt behov av nya regler bör placeras i lagstiftning som gäller alla, det vill säga inte i den sektorspecifika radio och tv-lagen. Gällande kommersiella meddelanden anser Bonnier Broadcasting att marknadsföringslagens

bestämmelse om reklamidentifiering (9 §) är fullt tillräcklig och att utökade regler i radio- och tv-lagen om reklam, sponsring och produktplacering inte är nödvändiga. Nyskrivna regler är inte bot på bristande uppföljning, exempelvis gällande marknadsföring på webben.

Resonemang förs om att alternativet hade varit en helt separat lag för videodelningsplattformar. Resonemang saknas om att vissa bestämmelser skulle kunna föras in i horisontell lagstiftning istället för i sektorspecifik reglering.

### Kap. 7 Innehåll som uppmanar till våld, hat eller terroristbrott

Bonnier Broadcasting välkomnar utredningens bedömning att svensk rätt uppfyller de krav som ställs i det nya AV-direktivets artiklar om uppmaning till våld eller hat (6.1 a) och uppmaning till terroristbrott.

### Kap. 8 Skydd av minderåriga och krav på information

Nuvarande radio- och tv-lag innehåller ett krav på varning vid tv-sändningar som innehåller verklighetstroga våldsskildringar eller pornografiska bilder. Utredningen föreslår att detta ersätts med en ny bestämmelse om att leverantörer av medietjänster ska lämna information som ska beskriva innehållet och varna för dess potentiella skada. Statens medieråd ges i uppdrag att medverka till ett branschgemensamt system för information om innehåll som kan skada minderåriga.

Bonnier Broadcasting välkomnar utredningens betoning på egenåtgärder. Ett branschgemensamt system som ger tv-publik och användare av medietjänster vägledning kan fungera väl om det är enkelt utformat. Det är viktigt att tv-sändningar inte belastas med skrymmande markörer i bild. För medietjänster online finns något mer utrymme till information på webbsidan utanför själva spelarens fönster för det rörliga materialet.

Bonnier Broadcasting instämmer i det väl avvägda resonemanget om vikten av att beakta och upprätthålla barns grundlagsskyddade informationsfrihet så att de inte undanhålls mer information än vad som motiveras av skyddet för deras välbefinnande.

### Kap. 9 Audiovisuella kommersiella meddelanden

#### *Högsta tillåtna tid för annonser*

Det nya AV-direktivet möjliggör en större flexibilitet för mediebolagen när det gäller placering av reklam på så sätt att andelen reklam under perioden mellan kl. 06.00 och 18.00 inte får överstiga 20 procent av den perioden samt att andelen reklam under perioden mellan kl. 18.00 och 24.00 inte får överstiga 20 procent av den perioden. Utredningen föreslår att radio- och tv-lagens reglering av högsta tillåtna tid för annonser anpassas till direktivets nya nivåer.

Bonnier Broadcasting tillstyrker utredningens förslag, och välkomnar den flexibilitet som följer av det nya direktivet eftersom det möjliggör en smidigare placering av reklam som blir bättre för tittarupplevelsen. Detta blir särskilt tydligt vid livesändning av sport och andra direktsändningar samt vid sändningar av drama med berättarstrukturer utan tydliga övergångar där reklampausar med lätthet faller in. Det är också angeläget exempelvis vid

# BONNIER

## Broadcasting

extrainsatta eller förlängda nyheter. För ett bolag som finansieras via reklamintäkter innebär varje tillfälle som planerad reklam måste lyftas ut att intäkter försvinner som behövs för att finansiera kvalitativa program inom nyheter, drama, underhållning och sport.

Bonnier Broadcasting tillstyrker också utredningens förslag att införa en ny bestämmelse i radio- och tv-lagen med innebörden att neutrala inramningar mellan redaktionellt innehåll och reklaminslag och mellan enskilda inslag, s.k. svartrutor, inte ska räknas som annonstid.

### *Övriga bedömningar och förslag*

Utredningen föreslår att radio- och tv-lagen ändras så att huvudregeln blir att produktplacering är tillåtet med vissa undantag, dvs. det omvända jämfört med dagens svenska reglering.

Bonnier Broadcasting välkomnar denna förändring som innebär en förenkling och ett förtydligande av regelverket.

Bonnier Broadcasting tillstyrker också förslaget att det införs en bestämmelse i radio- och tv-lagen om att tv-sändningar och beställ-tv inte får förses med överliggande inslag för kommersiella ändamål eller ändras utan medgivande från leverantören av medietjänster.

Bonnier Broadcasting instämmer även i utredningens bedömningar att det inte behövs några ytterligare lagändringar för att genomföra det nya AV-direktivets bestämmelser om alkoholreklam, elektroniska cigaretter, ohälsosamma livsmedel, spel om pengar och teleshopping.

### Kap. 10 Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning och Kap. 11 Främjande av europeiska produktioner

Utredningen lämnar en rad förslag som syftar till utöka AV-direktivets krav på tillgängliggörande av tv-program för personer med funktionsnedsättning respektive främjande av europeiska produktioner till tillhandahållanden av beställ-tv som sker via tråd.

Bonnier Broadcasting anser att utgivarnas integritet inte bör inskränkas med ytterligare krav på innehåll och form. Istället för hård reglering med kvoter som är svåra att uppnå bör det införas en möjlighet för tillsynsmyndigheten att på ett kvalitativt sätt beakta hur tv-bolagen tillhandahåller tillgänglighetstjänster och europeiska program genom utbud online.

Exempel på när välmenad reglering slår fel är de nya kraven om att minst 30 procent av en beställ-tv-tjänsts katalog ska utgöras av program av europeiskt ursprung och att dessa program ska framhävas. Det har lett till att globala aktörer har fått incitament till att konkurrera med lokala, nationella, aktörer om lokala talanger på ett sätt som gör särskiljandet i programerbjudande än mindre mellan olika tv-bolag. Kravet gör det alltså än svårare, både gällande finansiering och programerbjudande, för en svensk aktör att vara den självklara leverantören av svenskt innehåll.

### Kap. 12 Tillsynsmyndigheternas oberoende och effektiva överklagandemekanismer

Utredningen bedömer att det inte finns något behov av lagändringar eller andra åtgärder för att värna oberoendet för tillsynsmyndigheterna och säkerställa att de utövar sina befogenheter opartiskt, öppet, självständigt och med tillräckliga resurser.

När det gäller granskningsnämndens befogenheter efterfrågar Bonnier Broadcasting emellertid en tydligare instruktion till nämnden om att den ska beakta förutsättningarna för tv-bolagens verksamhet och agera efter principen att vid tvekan hellre fria än fälla.

Utredningen föreslår också vissa förtydliganden om granskningsnämndens sammansättning.

Bonnier Broadcasting tillstyrker förslaget att varken riksdagsledamöter, statsråd eller anställda i Regeringskansliet ska få vara ledamöter i granskningsnämnden. Medieföretagens oberoende från statsmakterna bör dock stärkas ytterligare genom att en majoritet av granskningsnämndens ledamöter inte utses av regeringen utan av olika aktörer i samhället, t.ex. akademien och företrädare för relevanta branscher.

### Kap. 13 Översyn av radio- och tv-lagen utifrån ett nytt säkerhetsläge

Utredningen bedömer att regler som syftar till att tillgodose nationella säkerhetsintressen bör vara inriktade på en bedömning av sändningarnas innehåll och möjliggöra ett ingripande i efterhand, t.ex. genom återkallelse av sändningstillstånd om tillståndshavaren bedriver sändningar som utgör en fara för Sveriges säkerhet.

Bonnier Broadcasting anser att denna bedömning är väl avvägd i rådande säkerhetsläge. Som utredningen skriver utgör alternativet, dvs. en möjlighet för Myndigheten för press, radio och tv att hindra någon att få tillstånd utifrån antagandet att denne kan anses utgöra ett hot mot Sveriges säkerhet, en alltför stor inskränkning av yttrandefriheten.

### Kap. 14 Tillståndspanoraden för marksänd tv

Bonnier Broadcasting instämmer i utredningens bedömning att tillståndspanoradernas längd för public service-tv och annan tv bör vara synkroniserade. Detta främjar positiv konkurrens och balans på mediemarknaden, underlättar tillståndsgivningen och möjliggör en effektiv frekvensanvändning.

### Kap. 17 Sanktioner i radio- och tv-lagen

Utredningen föreslår att den som inte följer beslut om att tillgängliggöra tv-sändningar, beställ-tv eller sökbar text-tv för personer med funktionsnedsättning ska kunna åläggas att betala en särskild avgift i stället för att, som idag, föreläggas vid vite.

Bonnier Broadcasting avstyrker att vitessanktionen byts ut mot en särskild avgift. Kraven på tillgänglighetstjänster är inte rimliga. Att stärka tillsynsmyndighetens sanktionsmöjligheter kommer inte att göra det lättare för leverantörer att nå kraven och är därmed inte en effektiv väg till god reglering.

# BONNIER

## Broadcasting

### Kap. 18.6 Sponsring av korta program av uppdaterande karaktär

Bonnier Broadcasting föreslår att huvudregeln i radio- och tv-lagens kapitel om sponsring (7 kap. 1 §) ändras för att möjliggöra sponsring av korta program av uppdaterande karaktär inom sport, underhållning, kultur, och trafikinformation. Ett sådant förtydligande behöver göras. Enligt vår bedömning syftar bestämmelsen till att värna integriteten hos redaktioner som levererar nyhetsjournalistik som berör politiska och ekonomiska skeenden. Denna rågång mot externa intressen är helt central för att upprätthålla mediebolagens roll som oberoende nyhetskällor. Korta program av uppdaterande karaktär inom sport, underhållning, kultur, trafikinformation och liknande är dock inte nyheter av den arten och bör därför vara möjliga att finansiera med sponsring.

Stockholm som ovan

**Bonnier Broadcasting AB, TV4 och C More**

Inger Skalse  
Regulatory Affairs

Växel 08 459 40 00  
Besöksadress: Tegelluddsvägen 3-5, Stockholm  
Postadress: 115 79 Stockholm  
[www.tv4.se](http://www.tv4.se) | [www.cmore.se](http://www.cmore.se) | [www.mtv.fi](http://www.mtv.fi)

**BONNIER**  
Broadcasting

