

████████████████████, [registrator@mprt.se](mailto:registrator@mprt.se)

## Yttrande ang. rapport om Tillgänglighetstjänster, 20/03986

### 1. FÖRUTSÄTTNINGAR

- 1.1 TV4 Media ser att förbättringar gjorts inom regleringen för tillgänglighetstjänster. Det gäller till exempel den saken att räkna en programtjänsts timmar för just tjänsten, och inte dubblera dem med varje distributionssätt. Det gäller även ökad förståelse för problematiken kring livesänd sport. Det är även positivt att tv-bolaget får avgöra var en specifik tillgänglighetstjänst fungerar bäst, linjärt eller samtidigt i Play, vilket ger att utveckling inom teknik och användartrender kan mötas.
- 1.2 Dock finns en djupgående problematik i ambitionen att tillgängliggörandet ständigt ska öka. TV4 Media kan inte heller se rimligheten i att aktörer på den kommersiellt finansierade marknaden ska behandlas olika.

### 2. INTERNET SOM TRÅD, BESTÄLL-TV

- 2.1 Det är positivt att numera inte dubblera timmar per distributionssätt samt att tv-bolaget avgör var en tjänst bäst placeras. Dock kvarstår en inkonsekvens i uppdelningen av internet som tråd och internet som beställ-tv. Med den utveckling som sker inom tv, eller rörlig bild om man så vill, blir en uppdelning av tv på internet i linjär och icke-linjär av något förlegad teoretisk art. Den enklare lösningen är att se att en programtjänst som exempelvis TV4 har ett visst antal timmar i traditionell sändning, samt att en play-tjänst har en viss mängd i sin katalog. Så länge tv-bolaget själv får avgöra var en tjänst bäst placeras behöver för sammanhanget av tillgänglighetstjänster ingen ytterligare uppdelning ske.
- 2.2 TV4 Media noterar att både [www.tv4play.se](http://www.tv4play.se) och TV4 Play står med i utkastet som beställ-tv tjänst som omfattas av särskilda krav. Om det med en av dessa avses samtidig sändning med linjär (tråd via internet) poängterar TV4 Media att distributionssättet av en tv-kanal inte

påverkar innehållet, på samma sätt som när det gäller sändningar i SD respektive HD.

### **3. FÖRVÄNTAD ÖKNING**

- 3.1 Det finns i upplägget en inbyggd problematik i ambitionen om att tillgängliggörandet ständigt förväntas öka. En kommersiellt finansierad aktör är beroende av marknadslogik. Ett visst avsteg från denna kan göras till förmån för särskild samhällsnytta, eller public service om man så vill. Problem uppkommer dock ganska snart om ett åläggande av public service-åtaganden för en kommersiellt finansierad kanal ständigt ska öka utan någon som helst statlig finansiering.
- 3.1 TV4 Media föreslår utveckling av en statligt ägd play-tjänst där alla bolags tillgängliggjorda utbud kan laddas upp. Bolagen bidrar med tillgängliggjorda program medan själva driften av play-tjänsten sköts av statlig enhet. Kommersiellt finansierade bolag kan inte förväntas göra alltför stora avsteg från en kommersiell logik. Detta bör beaktas i modellen framåt.
- 3.2 Vi bidrar här med ett exempel i hopp om förståelse för problematiken när den kommersiella logiken frångås. Syn- och teckenspråkstolkning för programserien "Halv åtta hos mig" kostade 1,25 Mkr. Något avsnitt hade en ström och som mest startades 25 strömmar på ett program. En startad ström betyder inte att någon tagit del av hela programmet, endast att någon börjat ta del av det. Likaså säger antalet startade strömmar inget om antalet personer som tagit del, det kan vara en och samma person som tar del av delar av programmet vid flera olika tillfällen. Genomsnittet var max 10 strömmar per program. Den syn- och teckenspråkstolkade versionen av programserien genererade 0 kronor i intäkt.

### **4. SÄTT ATT RÄKNA**

- 4.1 TV4 Media anser att det blir ologiskt om mått på ökning blandar procent och faktiska antal timmar. Det enda rimliga är att utgå från andel eftersom det totala antalet timmar kan variera. Om faktiska timmar räknas istället för procent kan det leda till orimligheter i modellen som då inte håller sig till en relativ skala. Av den anledningen bör en ökning endast förhålla sig till en ökning av en procentsats.
- 4.2 Om ett bolag under en redovisningsperiod gjort något extra utöver kraven ska denna extrainsats inte leda till kraftigt höjd procentsats nästföljande period. Ett sådant förfaringssätt ger negativt incitament för extra insatser.

## **5. OLIKA TJÄNSTERS OLIKA BETYDELSE OCH VÄRDE**

- 5.1 Myndigheten skriver att kraven ställs med hänsyn till hur många användare en tjänst har (7.1). I sammanhanget bör även beaktas hur många som faktiskt väljer att ta del av det tillgängliggjorda utbud som erbjuds. Resurserna bör läggas på specifik teknik i förhållande till reell efterfrågan.
- 5.2 Tjänsten textning är hos TV4 mycket vidare använd än tjänsten teckenspråkstolkning. Mest nytta för flest är att prioritera textning då både teckenspråksbrukare och hördelsnedsatta kan tillgodogöra sig tekniken.
- 5.3 I jämförelse mellan syn- och teckenspråkstolkning så står teckenspråkstolkningen för 1/3 av strömstarterna över tid, trots att i princip lika många timmar av de olika teknikerna funnits tillgängliga under samma period. Detta väcker frågan om att vikta mellan tjänsterna syn- och teckenspråkstolkning efter efterfrågan istället för efter en fastställd procentsats på samma nivå för tjänsterna.

## **6. AKTÖRER PÅ SAMMA MARKNAD**

- 6.1 TV4 Media anser att kommersiellt finansierade aktörer som vänder sig till den svenska publiken ska ha samma andelskrav. Sett till historiken diskrimineras TV4-kanlerna dubbelt, först under en period för att vara etablerade i Sverige medan konkurrenter som riktar sig till den svenska marknaden är eller varit etablerade utom riket, sen när fler aktörer etablerar sig inom riket så förväntas TV4 dessutom och fortfarande leverera på högre andel.
- 6.2 Det är olämpligt att en myndighet med sin beslutsmodell snedvrider marknaden och tydligt missgynnar en endaste aktör. Det är ett otillbörligt ingrepp i publicistens förutsättningar på marknaden. Svaret på problemet är inte att TV4 ska göra mer för att tillgängligheten ständigt "ska öka". Svaret är att TV4 ska leverera på samma nivåer som sina kommersiella konkurrenter. Obalansen bör justeras omgående.

## **7. HANDLINGSPLAN**

- 7.1 TV4 Media välkomnar att myndigheten samlar och sammanställer information om hur och var program tillgängliggörs, samt arrangerar träffar med aktörer och brukarorganisationer.
- 7.2 TV4 Media har inga problem med att vara tydliga med sin handlingsplan och där berätta om principerna för hur arbetet görs. Detaljer om vilka program som kommer att tillgängliggöras och med vilken teknisk tjänst kan vara svårt att kommunicera långt i förväg av planeringsskäl. Det är dessutom av konkurrensskäl viktigt att

information om program inte offentliggörs före de vanliga rutinerna, dvs. fem veckor innan publicering. Redogörelse för hur ett arbete har gått till i förfluten tid går förstås att berätta om.

- 7.3 TV4 Media poängterar än en gång att det är ansvarig utgivare som ytterst tar beslut om vad som ska publiceras och hur. Självklart vill TV4 Media att satsningar ska komma användarna av våra tjänster till godo och lyssnar därför gärna på förslag. Det kan dock inte påpekas nog att det är ansvarig utgivare som har beslutsrätt.

## 8. AGGREGATORER

- 8.1 TV4 Media vill i sammanhanget även lyfta frågan om hur ansvaret ska hanteras när utgivarens medietjänst distribueras via andra plattformar än den egna. TV4 Media anser att det är viktigt att skilja på å ena sidan en leverantör av en medietjänst med ansvarig utgivare, så som TV4 Play, och å andra sidan en distributör. Distributörens funktion är att distribuera innehåll som någon annan är utgivare för. Rollen av aggregator är att vara distributör av andras medietjänster. Ett företag kan ha både en aggregators-tjänst och utöver den även ha en egen medietjänst med ansvarig utgivare. Skilj på en leverantör av en medietjänst med ansvarig utgivare - TV4 Play, och en aggregator - en distributör.
- 8.2 En leverantör av medietjänster är enligt *radio- och tv-lagen* den som a) har det redaktionella ansvaret för valet av innehåll i en ljudradio- eller tv-sändning, beställradio, beställ-tv eller sökbar text-tv, **och** b) avgör hur innehållet struktureras.
- 8.3 I det *faktiska* medielandskapet är relationen mellan utgivare och aggregator den att utgivare är a men inte b, medan aggregatorn är b men inte a.
- 8.4 För att undvika alla former av så kallade grindvaktsproblem, där en aggregator eventuellt skulle kunna tänkas välja att delegera krav efter egna normer vilket i så fall skulle inkräkta på ansvarig utgivares beslutsrätt, är det viktigt att inte sammanblanda en aggregatortjänst med en leverantör av en medietjänst med ansvarig utgivare. Det skulle kunna generera avgränsningsproblem i ansvarsfrågan.

## 9. SLUTSATS

- 9.1 Det är positivt att en programtjänsts timmar räknas per tjänst, att tv-bolaget får avgöra var en specifik tillgänglighetstjänst fungerar bäst, samt med förståelsen för problematiken kring livesänd sport.
- 9.2 Så länge tv-bolaget själv avgör var en tjänst bäst placeras behöver för tv över internet ingen ytterligare uppdelning av distributionssätt ske.

- 9.3 Den marknadslogik kommersiella bolag är beroende av måste beaktas.
- 9.4 Viktning av krav i förhållande till tjänsters användande bör ske för att resurserna ska fördelas där fler kan ha nytta av dem.
- 9.5 TV4 Media föreslår utveckling av en statligt ägd play-tjänst där alla bolags tillgängliggjorda utbud kan laddas upp.
- 9.6 Beräkning av ökning bör förhålla sig till en relativ skala och därmed endast handla om procentsatser. Faktiska timmar bör inte användas för att skjutsa upp en procentsats.
- 9.7 Kommersiella konkurrenter ska leverera på samma nivå av procent. Obalans bör justeras omgående.
- 9.8 Ansvarig utgivare har ytterst beslutsrätt om vad som ska publiceras och hur.
- 9.9 Skilj på en leverantör av en medietjänst med ansvarig utgivare och en aggregator som distribuerar andra utgivares publiceringar.

Stockholm som ovan

**TV4 AB**

██████████

Regulatory Affairs

