



Europe - Le monde  
Europa - die Welt

# Debate Over New Media Ownership Rules Following FCC's Adoption

*Anna Abrigo*

*Esq., Assistant Director of the Media Center, New York Law School*

In the 1996 Telecommunications Act, Congress instructed the FCC to review its broadcast ownership rules every two years to determine «whether any of such rules are necessary in the public interest as a result of competition» (Telecommunications Act of 1996, Pub. L. No. 104-104, 110 Stat. 56 (1996)). The Act requires the FCC to repeal or modify any regulation it no longer finds in the public interest.

In September of 2002, the Commission issued a Biennial Review Notice of Proposed Rulemaking (NPRM) in which it sought comment on its four broadcast ownership rules: The Television-Radio Cross-Ownership Rule; the Dual Network Rule; the Local Television Ownership Rules; and the National Television Ownership Rule. The September NPRM consolidated the proceedings into a single Biennial Review for all broadcast ownership rules.

In late 2001, FCC Chairman Powell created the Media Ownership Working Group (MOWG) and tasked it with developing a solid factual foundation for re-evaluating FCC media ownership policies. The action represented the most comprehensive review of media ownership regulation in the agency's history, spanning 20 months, 12 in-depth studies, 42 pages, and a public record of more than 520,000 comments.

New rules were adopted on June 2, 2003, by the Republican-dominated FCC, which voted 3-2 along party lines to ease decades-old ownership restrictions. Under the new rules, television networks could own stations that reach 45 percent or more of the national market-even more if they were UHF-up from 35 percent. Companies could have both a newspaper and broadcast stations in the same market. Further, companies could own as many as three sta-

tions in big cities. The rules have been challenged in court and debated in Congress-plunging the Commission into the greatest political turmoil since license-grant bribery charges of the 1950's.

## Challenges in Court

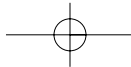
On September 3, 2003, the day the rules were to go into effect, the Third Circuit in Philadelphia stayed the new Media Ownership Rules. A petition to stay the new rules was brought by the Prometheus Radio Project, a Philadelphia group that supports community radio stations. In granting the stay, the three-judge panel wrote: «The harm to petitioners absent a stay would be the likely loss of an adequate remedy should new ownership rules be declared invalid in whole or in part. In contrast to this irreparable harm, there is little indication that a stay pending appeal will result in substantial harm to the Commission or other interested parties» (Prometheus Radio Project v. FCC, 2003 U.S. App.).

Following the court's decision, the Fox, NBC/Telemundo and Viacom/CBS TV networks petitioned the Third Circuit for an in banc rehearing by the whole court to argue for a change of venue. They contended that the legal challenges to the FCC's new media ownership rules should be heard by the D.C. Circuit. A 3-judge panel previously had denied the motion. The networks argue that since the FCC's new rules were a byproduct of two previous D.C. Circuit decisions (Fox Television Stations, Inc. v. FCC, Broadcast Group, Inc. v. FCC) addressing the local TV ownership rule, the latest challenges belonged there, claiming that «a long and unbroken line of cases holds that...an appeal from an order on remand must be transferred to the remanding court.»

**Zusammenfassung:** Die republikanisch dominierte Federal Communications Commission (FCC) beschloss am 2. Juni 2003 eine Lockerung der Fusionskontrolle im Medienbereich. Künftig darf ein Unternehmen auf demselben Markt eine Zeitung und eine Fernsehstation besitzen. Auf den größeren regionalen oder lokalen Märkten kann sie bis zu drei Fernsehstationen kontrollieren. Bundesweit darf ein einzelner Fernseh-Unternehmer bis zu 45 Prozent statt bisher 35 Prozent aller Zuschauer erreichen. Gegen die Änderungen zogen unterschiedliche Gruppen zu Felde. Auch der Kongress beschäftigte sich mit den neuen Regelungen der FCC, wobei wohl allerdings im Repräsentantenhaus keine Mehrheit für deren Abschaffung gefunden werden kann. Obwohl ein Gericht die Anwendbarkeit der neuen Regeln ausgesetzt hat, wandte sie die FCC im Fall «Hispanic Broadcasting Corp.» gleichwohl an.

media  
L E X

4/03  
201



Europe - Le monde  
Europa - Die Welt

.....  
Abrigo | Debate Over New Media Ownership Rules Following FCC's Adoption

**Résumé:** *Le 2 juin 2003, la «Federal Communications Commission» (FCC), dominée par les républicains, a décidé d'assouplir le contrôle des fusions dans le domaine des médias. A l'avenir, une société est autorisée à posséder sur le même marché un journal et une télévision. Sur un marché régional ou local important, elle peut contrôler jusqu'à trois stations de télévision. Au niveau fédéral, un seul diffuseur peut atteindre jusqu'à 45 % du public, contre 35 % précédemment. Différents groupements sont partis en guerre contre ces changements. Le Congrès s'est lui aussi penché sur les nouvelles règles de la FCC, mais il est douteux qu'une majorité puisse être trouvée à la Chambre des représentants pour les supprimer. En outre, bien qu'un tribunal ait suspendu leur application, la FCC les a malgré tout appliquées dans l'affaire «Hispanic Broadcasting Corp.».*

### Congressional Action

On September 16, 2003, the Senate voted 55 to 40 to repeal the media-ownership rules, choosing an unusual legislative vehicle. To succeed, the resolution--called a «congressional veto»--needs majority approval in the Senate and House as well as President Bush's signature. If President Bush vetoed the resolution, it would take a two-thirds majority in the House and Senate to override his veto. Senate supporters of the measure said their vote would send a message to the Bush administration, the FCC and large media companies. A congressional veto, however, has been used successfully only once before. A vote to repeal the new rules seems unlikely in the House of Representatives, since Republican leaders have vowed to kill the bill.

### Public Response

Critics of the rules argued they could stifle diversity in news and entertainment by placing control over what people see, hear and read into the hands of a few giant conglomerates. Executives at a few large broadcast owners and networks said the changes were needed because the old regulations hindered their ability to grow and compete in a market altered by cable television, satellite broadcasting and the Internet.

### Recent FCC Initiatives

To address the minority concerns in media stemming from the implementation of the new rules, the FCC established an Advisory Committee on Diversity for Communications in the Digital Age, whose first meeting was held on September 29, 2003. Chairperson Powell assured that the Committee «has the resources, people and the commitment of the Commission and it has my personal commitment.» The Committee was established to deal with issues such as access to capital for minorities and questions about employment and promotion in the context of affirmative action, as well as civil rights issues.

The Diversity Committee will tap the expertise of high-level players in the communications sector as well as the financial and technology communities. The Diversity Committee will develop a set of recom-

mendations including potential regulatory actions and education initiatives to promote and enhance opportunities for minorities and women.

### Current Issues and the Rules

The application of the rules recently was a factor in the FCC's merger decision in Hispanic Broadcasting Corp. As a result of the merger, Univision will own 53 Spanish-language TV stations and 68 radio stations. This contrasts with other Spanish language networks such as Telemundo with 24 TV stations and the next largest Hispanic radio chain, the Spanish Broadcasting System, with 25 stations. The unique issue in this case was whether the Spanish-language market be considered separate and unique, or a component of the mainstream media market, with Spanish networks competing with «traditional» networks like NBC, CBS, and ABC. Although Univision dominated the Hispanic market, the FCC took the view that Univision was just another player in the larger market, and by that measure it is dwarfed by the other networks. Univision argued that the merger will give the company the ability not only to compete more effectively for advertising, but to offer more diverse and higher-quality programming through economies of scale.

Opponents of the merger argued that the Spanish-language market was separate from the larger English-language market, and thus a combined Univision-HBC would unfairly dominate the smaller Hispanic arena.

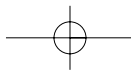
### Forecast for the New Rules

Media Bureau Chief Kenneth Ferree said he was «cautiously optimistic» that the new media ownership rules would withstand challenges in court and in Congress. He said the agency would press on with its next biennial review, putting out a notice probably in February, even though a new set of rules never has taken effect--unless Congress eased up on the current biennial review schedule to give the agency more time. For the moment, however, despite Congress' deadlock, the rules cannot take effect until the Third Circuit's decision is modified. ■

media  
L E X

4/03  
202





# Canada: grand ménage pour la radiodiffusion à l'aube de son deuxième siècle

*Pierre Trudel*

*Professeur au Centre de recherche en droit public de l'Université de Montréal*

Le rapport du Comité parlementaire du patrimoine est le fruit de deux ans de travail. Il évalue d'abord l'état des différentes composantes du système de radiodiffusion. Il constate la croissance de la place que tient Internet dans le temps d'écoute des Canadiens, au détriment du temps consacré aux médias traditionnels comme la télévision. Relevant le succès relatif des programmes de soutien à la production d'émissions canadiennes, le Comité recommande de simplifier les formalités relatives au financement des productions. Il importe selon lui de revoir les critères présidant à l'attribution du soutien de l'État, de manière à tenir compte des différences entre les genres (dramatiques, documentaires, d'animation) et à s'assurer que le contenu canadien atteigne effectivement les auditoires.

## Tenir compte de la convergence

Au sujet du radiodiffuseur public national, la Société Radio Canada, le Comité réitère une recommandation séculaire en faveur d'un financement stable et prévisible. Il ne se prononce pas sur la formalisation des règles découlant de l'usage qui garantissent l'autonomie éditoriale de l'entité chargée d'assurer le service public.

Convaincu de la nécessité d'une plus grande cohérence dans les politiques portant sur des univers convergents comme la radio, la télévision, la production audiovisuelle et les télécommunications, le rapport préconise la création d'un ministère unique chargé des politiques de communications. Il s'agirait de mettre fin à la division actuelle des responsabilités relatives aux politiques de communications entre un ministère chargé des politiques cultu-

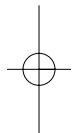
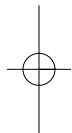
relles et un autre chargé des politiques industrielles.

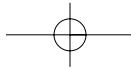
Pour actualiser le cadre réglementaire en fonction des impératifs de la convergence des techniques et des modes de distribution des émissions, le rapport affirme que les principes énoncés dans l'actuelle Loi sur la radiodiffusion sont flous et se prêtent mal à une évaluation. Il recommande que «le gouvernement élabore un énoncé de principes détaillé et général pour le système de radiodiffusion du Canada. Cet énoncé de principes devrait élaborer l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion et comprendre les définitions appropriées des termes clés.» Plus loin, le rapport recommande d'établir «une nouvelle politique de radiodiffusion définissant des buts et objectifs clairs et mesurables ainsi qu'une procédure d'évaluation et de reddition de comptes.»

## Mission impossible pour le «contrôleur»

Après avoir constaté la difficulté d'évaluer les performances du système de régulation mis en place, le Comité recommande la création d'une fonction de «contrôleur» qui serait chargé de dresser une évaluation périodique de la conformité du système à l'égard des objectifs qui lui sont assignés. Une telle approche comptable paraît naïve: on semble postuler qu'il est possible de donner une appréciation neutre des performances d'un système aussi complexe. C'est une chose de déterminer qu'une entité a ou non agi selon les règles fixées. On se demande comment un vérificateur sera en mesure, avec les outils rudimentaires qui sont à sa disposition, de faire autre chose que de donner ses impressions sur ce

**Zusammenfassung:** Das kanadische Komitee für Kultur hat im Juni dieses Jahres einen tausendseitigen Bericht publiziert, welcher den Zustand von Radio und Fernsehen analysiert. Mit dem Titel «Unsere kulturelle Souveränität - das zweite Jahrhundert des kanadischen Rundfunks» enthält der Bericht 97 Empfehlungen. Der öffentliche nationale Rundfunkveranstalter wird unterstützt und es wird für ihn eine stabile finanzielle Basis auch für die Zukunft gefordert. Im Bericht wird weiter die Schaffung eines einheitlichen Ministeriums für die Kommunikationspolitik wie auch die Schaffung einer Kontrollstelle, welche die Konformität des Rundfunksystems mit den gesetzten Zielen überprüfen soll, vorgeschlagen. Art. 3 des Rundfunkgesetzes sieht eine derart grosse Anzahl von Zielen des Rundfunksystems vor, dass eine Überprüfung durch eine Kontrollstelle als naiv erscheint.





Europe - Le monde  
Europa - Die Welt

Trudel | Canada: grand ménage pour la radiodiffusion à l'aube de son deuxième siècle

**Résumé:** Au Canada, le Comité parlementaire du patrimoine a publié en juin un rapport d'un millier de pages qui passe en revue l'état de la radio et de la télévision. Intitulé «Notre souveraineté culturelle - Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne», ce rapport comprend 97 recommandations. Il apporte son soutien au radiodiffuseur public national, pour lequel il réclame un financement stable et prévisible. Il propose la création d'un ministère unique chargé des politiques de communication, ainsi que la création d'une fonction de «contrôleur» ayant pour tâche d'évaluer la conformité du système avec les objectifs assignés et de faire un rapport annuel au parlement. Une telle approche paraît naïve, d'autant que l'article 3 de la loi sur la radiodiffusion et sa profusion d'objectifs ressemble fort à une liste d'épicerie.

qui ne va pas au sein de la radiodiffusion canadienne! On pourra trouver étonnant qu'une étude d'une telle ampleur ne se soit pas appuyée sur l'état de la connaissance au sujet des notions floues de même que les énoncés d'objectifs dans les lois. L'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion, intitulé «Politique canadienne de radiodiffusion», énonce les principes généraux applicables aux décisions réglementaires en matière de radiodiffusion. C'est un comité d'enquête qui, en 1967 a proposé d'inclure dans cette loi un énoncé détaillé des principes et objectifs qui devaient animer le système canadien de radiodiffusion.

Dès lors, la disposition contenant les principes fondamentaux de la réglementation de la radiodiffusion canadienne commençait à acquérir le caractère symbolique qu'elle ne devait jamais cesser, depuis lors, de posséder. Chacun des groupes d'intérêts chercha à y faire apparaître un principe qui pourrait plus tard justifier et légitimer ses actions, prises de position et revendications. Le Comité préconise d'ajouter plusieurs nouveaux principes à l'énoncé de politique consigné dans la Loi. Les projets de loi déposés au cours des trois dernières décennies du vingtième siècle comportaient tous des propositions d'ajouter aux principes énoncés dans l'article 3 de la loi de 1968 sur la radiodiffusion. Il n'est pas étonnant que l'énoncé de la politique de radiodiffusion dans la Loi sur la radiodiffusion de 1991 soit près de trois fois plus imposant que dans la loi de 1968. Il comprend vingt alinéas (lettres a à t), dont certains sont encore subdivisés!

Ce phénomène témoigne du caractère rhétorique des énoncés législatifs de politique tels que ceux de l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion. On y trouve une accumulation d'affirmations solennelles, d'objectifs et de principes contradictoires, d'imprécisions, voire même parfois, des lieux communs. On a fait état de l'absence de principes de hiérarchisation des divers objectifs et affirmations se présentant comme un ensemble de valeurs importantes dont il est nécessaire de tenir compte dans la régulation des activités visées. On peut aussi constater le caractère incantatoire de certaines proclamations comme celle selon laquelle la programmation de chaque radiodiffuseur doit être de «haute qualité»

ou voulant que «la programmation offerte par les services de programmation complémentaires de programmation télévisée soit innovatrice et compléter celle qui est offerte au grand public».

#### Peu d'idées nouvelles

L'énonciation d'un principe ou objectif dans une loi sur la régulation du système audiovisuel est, comme une incantation. Le tout est affirmé comme si les mesures qui seront prises allaient nécessairement engendrer des résultats conformes aux objectifs énoncés. On espère de l'organisme de régulation qu'il trouvera un certain équilibre entre ces principes et objectifs exprimés selon un modèle analogue à celui d'une liste d'épicerie! Le processus public menant à l'adoption d'un texte législatif d'une telle importance symbolique porte nécessairement à une certaine sacralisation des principes et objectifs.

Il est dommage que le Comité n'ait pas trouvé mieux que d'accentuer l'accroissement du volume des énoncés d'objectifs et de politiques en se contentant d'associer de telles recommandations à un processus de la nature de la vérification comptable, comme si l'évaluation de la performance eu égard à des objectifs complexes pouvait résulter uniquement d'une logique empruntée aux catégories des sciences de la gestion.

Ce rapport, en somme, est un bilan des acquis du système canadien de radiodiffusion qui regorge de données et de synthèses utiles à celui qui cherche un portrait précis de la situation de la radiodiffusion canadienne. Il pourra décevoir ceux qui recherchent des idées nouvelles au sujet des instruments de mise en œuvre de politiques culturelles et technologiques qui sont caractéristiques de l'univers audiovisuel. ■

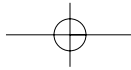
Le rapport est disponible en ligne sur <http://www.parl.gc.ca/InfoComDoc/37/2/HERI/Studies/Reports/herirp02-f.htm>. Il traite également du phénomène de la propriété croisée, estimant que les problèmes potentiels qui en découlent sont «suffisamment graves» pour justifier l'élaboration d'une politique gouvernementale claire et, dans l'immédiat, un moratoire. Le rapport rejette tout assouplissement des règles qui limitent l'arrivée des investisseurs étrangers dans le secteur des télécommunications et de la radiodiffusion.

media  
L E X

4/03  
204







Europe - Le monde  
Europa - Die Welt

# The Norwegian system of press subsidies

*Lars Brustad*

*Coordinator, Ministry of Culture and Church Affairs, Oslo*

Even if it may be a curiosity in a European context, the Norwegian system of press subsidies may be of some interest to other countries. Readership statistics seem to indicate least a moderate success. In any case, thirty five years after its introduction it has proven to be very durable.

First, a brief overview for the benefit of those unfamiliar with the Norwegian media landscape: By the end of 2002, 218 subscription and non-subscription newspapers were published in Norway, an increase of one from the preceding year. In 1969 - the year when the Norwegian system of press subsidies was introduced - the number was 191. Therefore, there has been a net increase of 27 newspapers in the period. The Norwegian newspaper and broadcasting industry is dominated by four Norwegian players (Schibsted, Orkla, A pressen and NRK), one Swedish (Kinnevik/MTG), two Danish (Egmont, Aller) and one company headquartered in Luxembourg. The three largest groups, Schibsted, Orkla and A-pressen, control more than 60 per cent of the market.

Despite increasing competition, newspaper sales are relatively stable. In 2002 the newspaper circulation was about 3 million copies, which is not bad in a country with no more than 4,5 million inhabitants. 705 newspapers sold per 1000 inhabitants in 2002 makes Norwegians the keenest newspaper buyers in the world. Norway has thereby increased the lead on Japan, which is on second place with 653 newspapers sold per 1000 inhabitants.

So, what is the reason behind the success of Norwegian newspapers? Personally, I think it is a case of several factors working together: Firstly, there is the traditionally very strong position of local and regional newspapers in local markets. It is not uncommon that local newspapers cover be-

tween 70 % and 90 % of the households within their primary area. Secondly, since the beginning of the 1980s we also have two strong newsstand newspapers with national circulation, VG and Dagbladet. VG is - incredible though it may seem - one of the world's largest newspapers, when compared to its market potential.

Thirdly, of course, there is the government press policy which has been active and relatively unchanged since 1969.

## Public press subsidy scheme

The establishment of the public press subsidy scheme in 1969 was based on a fear of a development similar to the one seen in Denmark and Sweden, where many newspapers were shut down during the '50s and '60s. At this point the tendency was quite clear in Norway: Between 1950 and 1969 some 40 newspapers ceased publication. One explanation was that many newspapers closed by the occupation forces during the war were seriously weakened when published again after 1945.

The main objective of Norwegian media policy is to «safeguard freedom of speech as a prerequisite for a democratic society». This objective reflects that the Norwegian state for decades has taken an interest in the development and maintenance of the public sphere. The overall goal is to secure a plurality of voices in the public sphere, which inter alia includes an obligation to help underprivileged groups to be heard by providing them with the necessary means of addressing a wider audience. This may explain why the newspaper demise of the '50s and '60s was viewed as a possible threat to freedom of expression and democracy.

The need for government subsidies is based on some structural conditions in the newspaper market:

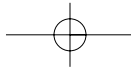
## **Zusammenfassung:**

*Während man in der Schweiz eine Umwandlung der indirekten Pressehilfe (Posttaxen) in eine direkte Hilfe erwägt, lebt Norwegen mit einem solchen Modell seit 1969, und zwar mit Erfolg. Die Anzahl der Zeitungen ist in dieser Zeit um 25 gestiegen. Eine Beschränkung der redaktionellen Unabhängigkeit durch den Staat gibt es nicht. Die zur Verfügung stehende Summe - 35 Millionen Euro - wird gezielt eingesetzt und hat eine umso grössere Wirkung. Es werden speziell diejenigen Zeitungen unterstützt, die in ihrem Verbreitungsgebiet Nummer 2 sind und darunter leiden, dass die Inserenten vielfach ihre Inserate auf Nummer 1 konzentrieren. Um die Hilfe beanspruchen zu können, muss der Eigentümer der Redaktion gewisse Garantien betreffend Unabhängigkeit zugestehen.*

media  
L E X

4/03  
205





Europe - Le monde  
Europa - Die Welt

Brustad | The Norwegian system of press subsidies

**Résumé:** *Alors qu'en Suisse, on envisage la transformation de l'aide indirecte à la presse (taxes postales) en une aide directe, la Norvège applique un tel modèle depuis 1969, avec succès. Le nombre des journaux a augmenté de 25 durant cette période. Il est admis qu'il n'existe aucune atteinte à la liberté rédactionnelle venant de l'Etat. La somme à disposition - 35 millions d'euros - est engagée de manière ciblée et a un effet d'autant plus grand. Une aide particulière est accordée aux journaux qui, de par leur tirage, viennent en deuxième position dans leur zone de distribution et qui souffrent du fait que les annonceurs, souvent, concentrent leurs annonces sur le journal ayant le plus fort tirage. Pour bénéficier de l'aide, le propriétaire doit concéder à sa rédaction certaines garanties en matière d'indépendance.*

- Traditionally, the scheme mainly relies on the theory of the «circulation spiral». The theory is based on the fact that newspapers must compete on two different markets, the readership market and the advertising market. The number one newspaper, i.e. the newspaper with the largest circulation, will on account of its reach also be the most attractive advertising channel. Therefore, it will receive a disproportionate share of the local ad spending. Correspondingly, the number two newspaper will receive disproportionately few ads. This means lower income, which in turn will affect the quality of the newspaper. Eventually the circulation will drop and the newspaper will find it even more difficult to attract advertisers.
- The development of chain stores in commodity markets means that decisions on how and where to advertise has been transferred from local shopkeepers to national or international decision makers. The result is that ad spending has shifted from local newspapers to national media like television and weekly newspapers.
- Another consequence is that advertising pools play an increasingly important role. An advertising pool is a co-operation between two or more newspapers, where advertisers receive discounts if they enter identical or similar ads in many or all newspapers in the pool.
- Most advertising pools are connected to the three large media concerns - Schibsted, A-pressen and Orkla - and acquisition of formerly independent newspapers are often motivated in a wish to offer advertisers a finely meshed network of advertising pools covering all parts of the country.
- Distribution costs are closely related to the area of distribution. Therefore, national newspapers with scattered readership, local newspapers which are printed far away and local newspapers with many emigrant subscriptions have particularly high distribution costs.

#### Increasing proportion of the subsidies

The subsidies amount to a total of 290 million NOK - or 35 million EUR - in 2003. Nevertheless, because the subsidies are directed specifically towards newspapers in difficult market positions, the effects of

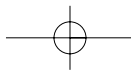
the subsidies are substantial. The subsidies are divided mainly amongst the following categories of newspapers:

- Newspapers with a circulation of 2 000 to 6 000 copies and more than three editions a week.
- Number two newspapers with an average circulation of between 2 000 and 80 000.
- Newspapers with national coverage which are regarded as public opinion shapers.
- Local papers with an average circulation of more than 1 000 copies and more than 48 editions a year.

Over the years, an increasing proportion of the subsidies have been directed towards the number two newspapers. The largest amount (41,6 mill. NOK in 2002) goes to Dagsavisen, the local number two newspaper in Oslo. In comparison a small weekly local paper would receive only 310 000 NOK. In spite of this, many daily number two newspapers have closed down in the almost thirty-five years since the scheme was introduced. This may be the area where the press subsidy scheme most clearly has been unsuccessful.

The government has put great emphasis on ensuring that the subsidy scheme is not allowed to infringe upon the independence and freedom of the press. Therefore, it is an important goal to make the criteria for receiving subsidies as clear, transparent and exhaustive as possible, in order to ensure that the allocation of subsidies is not left to the discretion of the authorities. Today - after more than thirty years - it is widely accepted that the subsidy scheme does not compromise the editorial independence of the newspapers.

In order to be eligible for support, the newspaper must, inter alia, have a general news profile and an editor who adheres to the Editor's Code, which gives certain guarantees for the independence of the editors in relation to the owners. Other criteria ensure that subsidies are in fact used for newspaper publishing, and that the money does not end up in owner's pockets or are used for purposes unrelated to newspaper publishing. In 1999 the Norwegian Governmental Commission on Freedom of Expression put forward proposals for



## Europe - Le monde Europa - Die Welt

Brustad | *The Norwegian system of press subsidies*

amendments to Article 100 of the Norwegian Constitution. Among the proposed amendments was the inclusion of a paragraph emphasising the obligation of the state to create conditions necessary for an open and enlightened public debate. The

Norwegian Parliament will consider the proposal next year. Should such a paragraph be adopted, it would create a constitutional basis for the press subsidies system and for media policy as a whole. ■

### D'AUTRE PART UND AUSSERDEM

#### UE: Entrée en vigueur de la directive vie privée et communication électronique

La directive 2002/58/CE portant sur la protection des données à caractère personnel dans le secteur des communications électroniques est entrée en vigueur le 31 octobre dernier. Elle interdit de manière générale l'utilisation du spam par les professionnels du commerce électronique et encadre très strictement le régime des cookies et de tous les instruments servant à collecter des informations sur les internautes. Ils peuvent être installés sur les ordinateurs personnels des consommateurs à condition qu'ils en soient explicitement informés et qu'ils aient la faculté de s'y opposer. Enfin, cette directive impose à l'émetteur de communiquer son identité et d'indiquer une adresse d'expédition valable.

Il appartient désormais au législateur de chaque Etat membre de transposer ces dispositions afin qu'elles puissent ensuite être sanctionnées. ■

Das Parlament fordert alle Staaten weiter auf, die Meinungsfreiheit und das Recht auf freie Meinungsäußerung zu achten und zu schützen. Es fordert die Kommission auf zu gewährleisten, dass die staatlichen privaten Medien die Bürger korrekt informieren, wobei Diskriminierungen zu vermeiden sind. Insbesondere bei Wahlen oder Abstimmungen muss ein gleicher Zugang zu den Medien gewährleistet sein.

In der Entschliessung zu den Menschenrechten in der Welt werden Überlegungen zu den Medien und zu Gedanken-, Gewissens- und Religionsfreiheit wiedergegeben. Dabei stellt das Parlament fest, dass die Medien erheblich zur Verbreitung von Wissen und angemessenen Informationen über Glaubenslehren und Kulturen und zur Förderung der wechselseitigen Verständigung zwischen Menschen unterschiedlichen religiösen Hintergrunds beitragen können. ■

#### Richtlinie «Fernsehen ohne Grenzen» nicht vor 2005

Das europäische Parlament verabschiedete am 4. September 2003 eine Entschliessung zur Richtlinie 89/552/EWG mit Änderungen durch Richtlinie 97/36/EG. Darin bringt es erneut seine Überzeugung zum Ausdruck, dass eine vollständige Revision der Richtlinie erforderlich sei, um technologische Entwicklungen und Veränderungen in der Struktur des audiovisuellen Marktes zu berücksichtigen. Bezüglich der Werbung und Verbraucherschutz betont das Parlament, dass die Regulierung des Einsatzes neuer Technologien einen flexibleren Ansatz mit weniger Vorschriften erfordere, als er in der aktuellen Richtlinie festgeschrieben ist. Es soll die Möglichkeit geprüft werden, einige mengenmässige Beschränkungen für Werbung flexibler zu gestalten, wobei die bestehenden qualitativen Vorschriften für Werbung erhalten bleiben sollen.

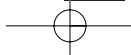
Zu Diskussionen Anlass gab auch wieder Art. 3a der Richtlinie, welcher den Zugang zu wichtigen gesellschaftlichen Ereignissen regelt. In dieser Hinsicht möchte das Parlament von der Kommission Antwort auf die Frage erhalten, ob die

#### Europäisches Parlament: Medienkonzentration beunruhigt

In der Entschliessung zu den Grundrechten in der Europäischen Union, welche am 4. September 2003 verabschiedet wurde, beklagt das Parlament die Tatsache, dass bisher innerhalb der Union keine gesetzgeberische Lösung für das Problem der Konzentration der Medienmacht in den Händen einiger weniger großer Gruppen gefunden worden sei. Das Parlament verweist auf seine Entschliessung vom 20. November 2002 zur Medienkonzentration, in der gefordert wird, dass ein europäischer Medienmarkt geschaffen wird, um dem zunehmenden Auseinanderdriften der nationalen Regelungen entgegenzuwirken und die Freiheit und die Vielfalt der Information zu erhalten. Das Parlament bedauert in seiner Entschliessung insbesondere den Umstand, dass in Italien die Macht über die Medien in den Händen des Ministerpräsidenten konzentriert ist, ohne dass ein Gesetz über einen Interessenkonflikt eingeführt wurde.

media  
L E X

4/03  
207



## Europe - Le monde Europa - Die Welt

Rechtssicherheit durch die Einführung einer kurzen europäischen Liste an Ereignissen, die durch nationale Listen ergänzt werden könnte, gestärkt würde. Geprüft werden sollen zudem Massnahmen, um den Zugang zu Kurzberichten über Ereignisse, an denen Exklusivrechte bestehen, zu garantieren.

Da die EU-Kommission 2004 erneuert wird, ist mit der Revision kaum vor 2005 zu rechnen. Im Frühjahr 2004 wird in einer interpretativen Erklärung festgestellt werden, dass Werbung mittels unterteiltem Bildschirm (split screen) mit der Richtlinie vereinbar ist. ■

### France: bibliothèques à la caisse

Les propriétaires de bibliothèques publiques devront verser à la société française des intérêts des auteurs de l'écrite 6% du prix des livres achetés. C'est ce que prévoit la loi du 18 juin 2003 relative à la rémunération au titre du droit de prêt en bibliothèque. Il s'agit là d'une transposition tardive de la directive du 19 novembre 1992 relative au droit de location et de prêt. ■

### L'AUTRE REGARD DIE ANDERE SICHT



Cartoon: Til Mette