

- (34) den daglige sendetid, der tildeles tv-spredningsforetagendets meddelelser vedrørende egne programmer og heraf direkte afledte supplerende produkter eller public service-meddelelser og vederlagsfrie indslag til fordel for velgørenhed, skal ikke medregnes i den maksimale sendetid pr. dag eller pr. time, der kan tildeles reklame og teleshopping;
- (35) for at undgå konkurrenceforvriddning er denne undtagelse begrænset til meddelelser vedrørende produkter, der opfylder den dobbelte betingelse på én gang at være supplerende og direkte afledt af de pågældende programmer; udtrykket supplerende betegner produkter, der specielt har til formål at give seerne mulighed for at få det fulde udbytte af disse programmer, eventuelt på interaktivt grundlag;
- (36) på grundlag af udviklingen inden for teleshopping, som er en vigtig økonomisk aktivitet for samtlige aktører og et virkeligt afsætningsmarked for varer og tjenesteydelser inden for Fællesskabet, er det af afgørende betydning at ændre reglerne om transmissionstid og at sikre et højt forbrugerbeskyttelsesniveau gennem fastsættelse af passende normer for udsendelsesernes form og indhold;
- (37) det er vigtigt, at de kompetente nationale myndigheder ved overvågningen af gennemførelsen af de relevante bestemmelser, for så vidt angår kanaler, der ikke udelukkende sender teleshopping, er i stand til at sondre mellem på den ene side sendetiden for teleshoppingindslag, reklameindslag og andre former for reklame, og på den anden side sendetiden for teleshoppingblokke; det er i den forbindelse nødvendigt og tilstrækkeligt, at hver enkelt blok klart markeres med optiske og akustiske midler, i det mindste ved begyndelsen og slutningen af blokken;
- (38) kanaler, der udelukkende sender teleshopping eller selvpromoverende programmer uden konventionelle programelementer som nyheder, sport, film, dokumentarfilm og drama, er kun omfattet af direktiv 89/552/EØF som ændret ved dette direktiv for så vidt angår spørgsmål, der har relevans for disse direktiver, og der er derfor ikke noget til hinder for, at sådanne kanaler omfattes af andre fællesskabsbestemmelser;
- (39) det er nødvendigt at præcisere, at selvpromoverende aktiviteter er en særlig form for reklame, hvorved tv-spredningsforetagendet fremmer sine egne produkter, tjenesteydelser, programmer eller kanaler; navnlig skal trailers, der består af uddrag af programmer, betragtes som programmer; selvpromoverende aktiviteter er et nyt og relativt ukendt fænomen, og der kan derfor i særlig grad være behov for, at bestemmelserne herom tages op til revision i forbindelse med fremtidige ændringer af dette direktiv;
- (40) det er nødvendigt at præcisere reglerne vedrørende beskyttelse af mindreåriges fysiske, psykiske og moralske udvikling; fastsættelsen af en klar sondring mellem programmer, som er undergivet et absolut forbud, og programmer, som kan tillades under forudsætning af, at der træffes passende tekniske foranstaltninger, burde kunne imødekomme medlemsstaternes og Fællesskabets bekymringer for værtagelsen af offentlighedens interesser;
- (41) ingen af de bestemmelser i dette direktiv, som vedrører beskyttelsen af mindreårige og den offentlige orden, kræver, at de pågældende foranstaltninger nødvendigvis gennemføres ved forudgående kontrol med fjernsynsudsendelser;
- (42) Kommissionen foretager i samarbejde med de kompetente myndigheder i medlemsstaterne en undersøgelse af eventuelle fordele og ulemper ved yderligere foranstaltninger med henblik på at lette forældres eller værgers kontrol med, hvilke programmer mindreårige må se; denne undersøgelse skal bl.a. omfatte ønskværdigheden af:
- krav om, at nye tv-apparater er forsynet med en teknisk anordning, der gør det muligt for forældre eller værger at bortfiltrere visse programmer
  - etablering af passende klassificeringssystemer
  - fremme af en familievenlig programlægningspolitik og andre pædagogiske eller bevidstgørende foranstaltninger
  - hensyntagen til erfaringer, der er gjort på dette område i og uden for Europa, og til synspunkter, som berørte parter som f.eks. tv-spredningsforetagender, producenter, pædagoger, medieeksperter og relevante organisationer giver udtryk for
- med henblik på, om nødvendigt inden udløbet af den i artikel 26 fastsatte frist, at forelægge relevante forslag til lovgivningsmæssige eller andre foranstaltninger;
- (43) direktiv 89/552/EØF bør ændres, således at fysiske eller juridiske personer, hvis virksomhed omfatter fremstilling eller salg af receptpligtige lægemidler og receptpligtig medicinsk behandling, får mulighed for at sponsorere fjernsynsprogrammer, forudsat at sponsoreringen ikke er en omgåelse af forbudet mod fjernsynsreklame for receptpligtige lægemidler og receptpligtig medicinsk behandling;