



Reklamtid i TV

Sammanfattning

I detta betänkande behandlar utskottet regeringens förslag i proposition 2003/04:66 *Reklamtid i TV*. Förslaget avser ändringar i radio- och TV-lagen. Ett nytt undantag föreslås från reglerna i nämnda lag om annonstiden per timme mellan hela klockslag. Lagändringarna föreslås träda i kraft den 1 maj 2004.

Utskottet behandlar också två motioner som har avlämnats med anledning av propositionen samt en motion från den allmänna motionstiden 2003.

Regeringens förslag tillstyrks av utskottet. Utskottet avstyrker samtliga motioner.

Utskottets ställningstaganden har föranlett fyra reservationer.

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	1
Innehållsförteckning.....	2
Utskottets förslag till riksdagsbeslut.....	3
Redogörelse för ärendet.....	4
Ärendet och dess beredning.....	4
Bakgrund	4
Propositionens huvudsakliga innehåll	5
Utskottets överväganden	6
Bakgrund	6
Gällande svenska regler	6
EG:s TV-direktiv	7
En ny undantagsregel införs	10
Propositionen.....	10
Motionerna	11
Tidigare riksdagsbehandling.....	12
Utskottets ställningstagande	13
Reservationer.....	15
1. Förslaget till ändring i radio- och TV-lagen (punkt 1).....	15
2. Avskaffande av reglerna om reklam i TV (punkt 2).....	15
3. EG:s TV-direktiv (punkt 3)	16
4. Återgång till tidigare regler om annonser i TV-sändningar (punkt 4)	16
<i>Bilaga 1</i>	
Förteckning över behandlade förslag.....	18
Propositionen.....	18
Följdmotioner	18
Motion från allmänna motionstiden.....	18
<i>Bilaga 2</i>	
Regeringens lagförslag	19

Utskottets förslag till riksdagsbeslut

1. Förslaget till ändring i radio- och TV-lagen

Riksdagen antar bifogat förslag till lag om ändring i radio- och TV-lagen (1996:844). Därmed bifaller riksdagen regeringens proposition 2003/04:66 och avslår motion 2003/04:K14 yrkande 1.

Reservation 1 (m)

2. Avskaffande av reglerna om reklam i TV

Riksdagen avslår motion 2003/04:K14 yrkande 2.

Reservation 2 (m)

3. EG:s TV-direktiv

Riksdagen avslår motionerna 2003/04:K14 yrkande 3 och 2003/04:K444 yrkande 8.

Reservation 3 (m, fp)

4. Återgång till tidigare regler om annonser i TV-sändningar

Riksdagen avslår motion 2003/04:K15.

Reservation 4 (mp)

Stockholm den 9 mars 2004

På konstitutionsutskottets vägnar

Gunnar Hökmark

Följande ledamöter har deltagit i beslutet: Gunnar Hökmark (m), Göran Magnusson (s), Barbro Hietala Nordlund (s), Helena Bargholtz (fp), Pär Axel Sahlberg (s), Kenth Högström (s), Ingvar Svensson (kd), Mats Einarsson (v), Mats Berglind (s), Henrik S Järrel (m), Tobias Krantz (fp), Kerstin Lundgren (c), Helene Petersson (s), Nils Fredrik Aurelius (m), Billy Gustafsson (s), Gustav Fridolin (mp) och Inger Jarl Beck (s).

Redogörelse för ärendet

Ärendet och dess beredning

I proposition 2003/04:66 *Reklamtid i TV* förslår regeringen att riksdagen antar det förslag till lag om ändring i radio- och TV-lagen (1996:844) som regeringen lägger fram i propositionen. Regeringens förslag återges i *bilaga 1* och lagförslaget i *bilaga 2*.

Lagrådet har granskat regeringens lagförslag.

Med anledning av propositionen har två motioner väckts. I detta sammanhang behandlar utskottet även en motion från allmänna motionstiden 2003 som rör en närliggande fråga. Förslagen i motionerna återges i *bilaga 1*.

Bakgrund

Genom lagstiftning som trädde i kraft den 1 april 2002 infördes möjlighet att i vissa fall och på visst sätt låta annonssändningar avbryta TV-program (SFS 2002:116, prop. 2001/02:82, bet. 2001/02:KU16, rskr. 2001/02:187).

I samband med att konstitutionsutskottet behandlade regeringens förslag i proposition 2001/02:82 om ändrade regler för annonssändningar behandlades bl.a. en följdmotion med yrkande om att radio- och TV-lagen skall innehålla undantagsregler för att utjämna antalet reklamminuter vid en angränsande timme under direktsändningar i TV av t.ex. sport eller nöjesevenemang. Utskottet anförde att vad som föreskrevs i 7 kap. 5 § radio- och TV-lagen i vissa fall kunde få verkningar som inte tedde sig rimliga (bet. 2001/02:KU16 s. 16 f.). Det kunde inträffa när en sändning av dagshändelser, t.ex. en idrottstävling, drog ut på tiden så att ett klockslag mellan två timmar överskreds. Utskottet framhöll att den reklam som då skulle ha sänts om programmet slutat innan den nya timmen inträtt i sådana fall kunde behöva uteslutas och placeras senare i en programtablå, något som kunde medföra besvärande ekonomiska och andra nackdelar för den som bedriver sändningsverksamheten. Enligt utskottet borde regleringen därför skyndsamt ses över i syfte att kortare överträdelser skulle kunna godtas om de varit oförutsedda eller tillfälliga på sådant sätt som åsyftades i motionen. Detta borde riksdagen med anledning av den nämnda motionen i berörd del ge regeringen till känna som sin mening.

Riksdagen beslutade i enlighet med utskottets förslag.

Regeringen hade den 8 juni 2000 beslutat att bemyndiga chefen för Kulturdepartementet att tillkalla en särskild utredare med uppdrag att analysera och överväga behovet av ändringar i framför allt radio- och TV-lagen (1996:844) och lagen (1989:41) om TV-avgift samt föreslå de lagändringar som föranleds av övervägandena (dir. 2000:43). Utredningen antog namnet Radio- och TV-lagsutredningen.

Regeringen har beslutat om flera tilläggsdirektiv till Radio- och TV-lagsutredningen. I tilläggsdirektiv beslutade den 27 mars 2003 (dir. 2003:30) gavs utredningen i uppdrag att bl.a. utreda frågan om tillåten annonstid under en timme. Utredningen avlämnade i juni 2003 delbetänkandet *Reklamtid i TV* (SOU 2003:62). Delbetänkandet har remissbehandlats.

Propositionens huvudsakliga innehåll

I propositionen föreslås ett nytt undantag från reglerna i radio- och TV-lagen (1996:844) om annonstiden per timme mellan hela klockslag. Förslaget syftar enligt propositionen till att öka flexibiliteten, men innebär inte att det totalt sett blir tillåtet att sända mer reklam i TV.

De nya reglerna föreslås träda i kraft den 1 maj 2004.

Utskottets överväganden

Bakgrund

Gällande svenska regler

Yttrandefrihetsgrundlagen (YGL) omfattar ljudradio, television och vissa liknande överföringar samt filmer, videogram, ljudupptagningar och andra tekniska upptagningar.

Enligt 1 kap. 12 § andra stycket YGL hindrar inte bestämmelserna i denna grundlag att det i lag meddelas föreskrifter om förbud i övrigt (utöver vad som sägs i första stycket) mot kommersiell reklam i radioprogram eller om villkor för sådan reklam. Detsamma gäller föreskrifter om förbud mot och villkor för annan annonsering och sändning av program, som helt eller delvis bekostas av annan än den som bedriver programverksamheten.

I radio- och TV-lagen (1996:844) har bestämmelser som handlar om reklam och annan annonsering samlats i 7 kap.

Enligt 7 kap. 1 § första stycket gäller som huvudregel att det före och efter varje sändning av annonser skall sändas en särskild signatur som tydligt skiljer annonserna från övriga sändningar.

Vidare sägs i tredje stycket att med annonser avses reklam samt sändningar som utan att vara reklam sänds på uppdrag av någon annan.

I 4 § första stycket föreskrivs att reklam i en sändning inte får syfta till att fånga uppmärksamheten hos barn under tolv år.

Enligt 5 § första stycket gäller som huvudregel att annonser får sändas högst 8 minuter under en timme mellan hela klockslag. I TV-sändning får denna tid dels under sändningstiden mellan 19.00 och 24.00 dels i rena undantagsfall, utsträckas till högst 10 minuter. Om sändningstiden inte omfattar en timme mellan hela klockslag får annonser sändas under högst 10 % av den tiden.

Vidare sägs i andra stycket att annonser får sändas i en TV-sändning under högst 10 % av sändningstiden per dygn.

I 7 § första stycket föreskrivs att annonser i TV-sändning skall sändas mellan programmen. Under förutsättning att villkoren i 7 a § uppfylls får annonser dock avbryta ett program om det sker på ett sådant sätt att – med hänsyn till naturliga pauser samt programmets sändningslängd och karaktär – varken programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter kränks.

Enligt 7 a § första stycket får i sportprogram där det förekommer längre pauser eller i program som är föreställningar eller evenemang med pauser för publiken annonser sändas i pauserna.

I andra stycket sägs att i program som består av avslutade delar får annonser sändas mellan delarna.

Vidare sägs i tredje stycket att i spelfilmer och filmer som är gjorda för TV – utom TV-serier, lätta underhållningsprogram och dokumentärprogram – får annonser sändas om den programlagda sändningstiden överstiger 45 minuter. Annonser får sändas en gång för varje hel period om 45 minuter. Om den programlagda sändningstiden är minst 20 minuter längre än två eller flera fullständiga perioder om 45 minuter får annonser sändas ytterligare en gång.

Därutöver föreskrivs i fjärde stycket att i andra program än de som avses i första och andra styckena skall det vara minst 20 minuter mellan annonssändningarna i programmet.

I 7 b § första stycket föreskrivs att trots vad som sägs i 7 och 7 a §§ får annonser inte avbryta gudstjänster eller program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år.

I andra stycket sägs att program som huvudsakligen handlar om nyheter eller nyhetskommentarer, dokumentärprogram och program om livsåskådningsfrågor inte får avbrytas av annonser om den programlagda sändningstiden är kortare än 30 minuter. Om den programlagda sändningstiden är 30 minuter eller längre gäller vad som sägs i 7 a § andra och fjärde styckena.

Enligt tredje stycket får reklam inte förekomma omedelbart före eller efter ett program eller en del av ett program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år såvida det inte är fråga om meddelanden som avses i 8 § (sponsringsmeddelanden).

Efterlevnaden av radio- och TV-lagens bestämmelser om reklam, annan annonsering och sponsring övervakas till viss del av Granskningsnämnden för radio och TV och i övrigt av Konsumentombudsmannen (9 kap. 2 §).

EG:s TV-direktiv

Rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television, ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG (TV-direktivet), har till syfte att möjliggöra fri rörlighet för TV-sändningar. Direktivet innebär att den medlemsstat varifrån en sändning härrör skall se till att sändningen följer lagen i den medlemsstaten. Andra medlemsstater skall tillåta fri mottagning och får inte hindra vidareändring av en TV-sändning från en annan medlemsstat av skäl som omfattas av direktivet. Direktivet innehåller minimiregler som gäller för TV-sändningar från EU:s medlemsstater.

I kapitel 1, artikel 1, definieras TV-reklam, smygreklam, sponsring och TV-köp.

Vidare sägs i kapitel 2, artikel 2.1, att den ansvariga medlemsstaten skall säkerställa att alla TV-sändningar som sänds av programföretag inom dess jurisdiktion överensstämmer med bestämmelserna i det rättssystem som gäller för sändningar avsedda för allmänheten i den medlemsstaten.

I artikel 3.1 föreskrivs att medlemsstaterna har frihet att föreskriva att TV-programföretagen inom deras jurisdiktion skall följa mer detaljerade eller striktare regler inom de områden som omfattas av direktivet.

Kapitel 4, artikel 11.1, reglerar hur reklaminslag och köp-TV-inslag får sättas in i program.

Enligt artikel 11.1 skall reklaminslag och köp-TV-inslag infogas mellan program. I vissa fall är det dock tillåtet att infoga sådana inslag i programmen. En förutsättning är att det sker på sådant sätt och med hänsyn till naturliga pauser samt programmets sändningslängd och karaktär att varken programmets integritet eller värde eller innehavarnas rättigheter kränks. Dessutom skall villkoren i 11.2–5 vara uppfyllda.

Artikel 11.2 gäller program som består av fristående delar, sportprogram eller evenemang som struktureras på liknande sätt samt föreställningar som innehåller pauser. I sådana program skall reklamen sättas in mellan delarna eller i pauserna.

I artikel 11.3 behandlas spelfilmer eller filmer gjorda för TV – med undantag för TV-serier, lätta underhållningsprogram och dokumentärer. Sådana program får, om de har en programlagd sändningstid som överstiger 45 minuter, avbrytas av reklam en gång för varje hel 45-minutersperiod. Om den programlagda sändningstiden är minst 20 minuter längre än två eller flera fullständiga 45-minutersperioder får ytterligare ett avbrott göras.

Enligt artikel 11.4 skall minst 20 minuter förflyta mellan reklaminslag eller köp-TV-inslag i programmen. Detta gäller dock inte för sådana program med pauser som avses i artikel 11.2.

Därutöver anges i artikel 11.5 att vissa programtyper inte får avbrytas av reklaminslag och köp-TV-inslag. Det gäller dels alla gudstjänster, dels nyhetsprogram, program om aktuella samhällsfrågor, dokumentärprogram, religiösa program och barnprogram om deras programlagda sändningstid är mindre än 30 minuter. Om den programlagda sändningstiden är 30 minuter eller mer skall vad som sägs i artikel 11.1–4 gälla.

I artikel 18.1 föreskrivs att sändningstiden för köp-TV-inslag, reklaminslag och andra former av reklam, med undantag för sändningsblock för köp-TV i enlighet med artikel 18a, inte får överstiga 20 % av den dagliga sändningstiden. Sändningstiden för reklaminslag får inte överstiga 15 % av den dagliga sändningstiden.

Vidare sägs i artikel 18.2 att reklaminslagens och köp-TV-inslagens längd inom en given timme inte får överstiga 20 %.

Enligt artikel 20 får medlemsstaterna, med vederbörlig hänsyn till gemenskapsrätten, fastställa andra villkor än de som anges bl.a. i artikel 11.2–5 i fråga om sändningar som är avsedda uteslutande för det nationella territoriet och som inte kan tas emot, direkt eller indirekt, av allmänheten i en eller flera andra medlemsstater. Detta gäller utan att det påverkar tillämpningen av artikel 3.

Enligt artikel 26 skall kommissionen senast den 31 december 2000 och vartannat år därefter till Europaparlamentet, rådet och Ekonomiska och soci-

ala kommittén överlämna en rapport om genomförandet av detta direktiv i dess senaste lydelse och, om nödvändigt, utarbeta ytterligare förslag för att anpassa det till utvecklingen på TV-sändningsområdet, särskilt mot bakgrund av den senaste tekniska utvecklingen.

Europeiska kommissionen avlämnade den 6 januari 2003 den fjärde rapporten om tillämpningen av TV-direktivet till rådet, Europaparlamentet, Europeiska och sociala kommittén samt Regionkommittén (KOM[2002]778 slutlig). När det gäller kommissionens slutsatser och framtidsutsikter konstaterades att rådet den 11 november 2002 antog slutsatserna om översynen av TV-direktivet och betonade den breda enigheten om att det finns behov av omfattande förberedelser innan man utarbetar några kommande förslag gällande direktivet.

Till rapporten bifogade kommissionen ett arbetsprogram i syfte att inleda en allmän debatt som är öppen för alla berörda parter, inklusive kandidatländerna och deras medborgare. Den skall behandla frågor i samband med översynen av TV-direktivet, särskilt enligt vad som föreskrivs i artikel 26 mot bakgrund av ny teknisk utveckling. Kommissionens syfte är att bedöma behovet av att uppdatera eller anpassa direktivet och, om nödvändigt, vidta sammanhängande eller ytterligare åtgärder.

Kommissionen har i ett meddelande den 15 december 2003 (KOM[2003]784 slutlig) rörande framtiden för europeisk lagstiftning på det audiovisuella området redogjort för sina slutsatser om regelverket på området. Enligt kommissionen måste regleringspolitiken i sektorn säkerställa vissa allmänna intressen, som kulturell mångfald, rätt till information, skydd av minderåriga och konsumentskydd nu och i framtiden. Det omfattande samråd som har genomförts bekräftade att dessa mål inte ifrågasätts vid utvecklingen av tekniken eller marknaden, utan vad som ifrågasätts är hur dessa mål skall kunna uppnås i en förändrad miljö.

När det gäller framtida reglering kommer kommissionen att gå vidare med en strategi i två steg. I det korta perspektivet kan man enligt kommissionen få bättre rättssäkerhet genom att kommissionen utarbetar ett tolkningsmeddelande om TV-reklam, eftersom det inte behövs någon översyn av själva direktivet. Kommissionen anför vidare att på medellång sikt är det några frågor som kräver ytterligare övervägande och diskussion, vilket skulle kunna leda till ändringar av TV-direktivet på ett senare stadium. Frågorna kommer antingen att analyseras av kommissionen med hjälp av expertråd (fokusgrupper) eller så kommer kommissionen att beställa oberoende studier om respektive ämnen.

En ny undantagsregel införs

Utskottets förslag i korthet

Utskottet tillstyrker regeringens förslag till ändringar i radio- och TV-lagen som innebär att en ny undantagsregel införs om när gränsen för tillåten mängd reklam under en timme får överskridas i TV-sändningar. Därmed avstyrker utskottet ett motionsyrkande om att propositionen skall avslås. Utskottet avstyrker vidare motionsyrkanden rörande att reglerna om reklam i TV bör avskaffas, om en avveckling av EG:s TV-direktiv samt om en återgång till de regler för annonser i TV-sändningar som gällde före den 1 april 2002. Jämför reservationerna 1–4.

Propositionen

Regeringens förslag

Regeringen föreslår att gränsen för den tillåtna mängden reklam under en timme får överskridas om programföretaget gör sannolikt att överskridandet föranletts av en i tiden närliggande händelse som medfört att en tidigare sändning av annonser fått utgå eller förskjutits, företaget inte rimligen haft anledning att ta denna händelse i beaktande vid programplaneringen och händelsen legat utanför företagets kontroll. Undantagsbestämmelsen föreslås införas som ett nytt andra stycke i 7 kap. 5 § radio- och TV-lagen.

Enligt förslaget får annonstiden inte i något fall överstiga 12 minuter under en timme mellan hela klockslag. Denna övre gräns bör gälla även i de fall sändningstiden inte uppgår till en timme mellan hela klockslag.

Vidare innebär förslaget att den nuvarande bestämmelsen i 7 kap. 5 § första stycket om att det i rena undantagsfall är tillåtet att under en timme sända annonser under högst 10 minuter avskaffas.

De nya reglerna föreslås träda i kraft den 1 maj 2004.

Skälen för regeringens förslag

Som skäl för sitt förslag anför regeringen att det under vissa förutsättningar bör vara tillåtet att överskrida de nuvarande reglerna om högsta tillåtna annonstid per timme. Avsikten med en ny reglering är enligt regeringen endast att öka flexibiliteten, inte att det skall bli tillåtet att sända mer reklam i TV. En ny undantagsregel bör alltså endast leda till att redan planerade annonser – som måste hålla sig inom gränsen för tillåten annonsmängd under ett dygn – får flyttas till en annan tidpunkt.

Enligt regeringens mening måste ett programföretag räkna med att vissa förskjutningar kan inträffa i en programtablå om den innehåller direktsända program. Regeringen framhåller att mindre förskjutningar bör kunna undvikas genom planering från programföretagets sida. Det bör ställas tämligen höga krav på denna planering.

För att undantagsregeln skall bli tillämplig anser regeringen att det skall ha inträffat någon händelse som medfört att en tidigare sändning av annonser har fått utgå eller förskjutits och som programföretaget inte rimligen haft anledning att ta i beaktande vid programplaneringen. Det skall enligt regeringen typiskt sett vara fråga om händelser av oförutsedd eller tillfällig karaktär.

Regeringen anför att händelsen skall ligga utanför programföretagets kontroll för att undantagsregeln skall bli tillämplig. Så torde enligt regeringen vara fallet i de flesta direktsända sportsammanhang, direktsända galor och liknande som programföretaget inte själv producerar. Emellertid anser regeringen att i fråga om direktsändningar med anledning av nyhetshändelser av stort allmänt intresse, bör undantaget kunna tillämpas även i fråga om egenproducerade sändningar. Det är enligt regeringen uppenbart att det i sådana sammanhang inte är särskilt lämpligt att göra reklampauser i en längre sändning även om detta i och för sig är tillåtet. Regeringen anför att undantagsregeln därför bör vara tillämplig även i sådana situationer om förutsättningarna i övrigt är uppfyllda.

Vidare framhåller regeringen att en förskjutning av ett annonsblock eller delar därav i praktiken innebär att det uppstår förskjutningar under de efterföljande timmarna. För att lösa de problem som uppstår när direktsända program tar längre eller kortare tid än planerat behöver enligt regeringen programföretagen kunna flytta outnyttjad annonstid inte bara till nästa timme utan även till en därefter följande timme. Regeringen anser att en undantagsregel som tillåter omflyttning av annonstid till nästföljande timme skulle få ett alltför snävt tillämpningsområde. Därför bör det enligt regeringen inte finnas någon begränsning som innebär att den outnyttjade annonstiden måste användas under nästföljande timme. Om den överflyttade reklamen inte i sin helhet kan sändas under den nästföljande timmen bör det vara möjligt att sända denna under den därpå följande timmen eller ännu senare. Regeringen anser att programföretaget dock bör sända de överflyttade annonserna så snart som möjligt.

Enligt regeringen bör programföretaget ha bevisbördan för att de omständigheter förelegat som krävs för att undantagsregeln skall vara tillämplig. För att undvika att utredningsskyldigheten blir alltför betungande bör dock beviskravet inte vara så högt. Regeringen anser att det därför är tillräckligt att bolaget gör sannolikt att de aktuella förutsättningarna förelegat.

Motionerna

I motion 2003/04:K14 av Gunnar Hökmark m.fl. (m) yrkas att riksdagen avslår proposition 2003/04:66 (yrkande 1). Vidare yrkas att riksdagen begär att regeringen återkommer med förslag om avskaffande av regleringen av reklamsändningars omfattning och frekvens i enlighet med vad som anförs i motionen (yrkande 2). Därutöver yrkas att riksdagen ger regeringen till känna vad i motionen anförs om avskaffande av EG:s TV-direktiv (yrkande 3).

Enligt motionärerna skall programföretags tillstånd för sändningar i marknätet inte innehålla särskilda av staten reglerade programvillkor. Motionärer-

na anser att programföretagen själva bör få bestämma över reklamsändningarnas omfattning och frekvens. Det finns enligt motionärerna ingen annan än de själva som har större anledning att ta hänsyn till publiken för att kunna behålla den och därmed finansieringen av utbudet. Enligt motionärerna bör regeringens förslag avslås därmed. Regeringen bör återkomma till riksdagen med förslag i enlighet med vad som anförts om avskaffande av regleringen av reklamsändningars frekvens och omfattning. I enlighet med detta bör regeringen också verka för att EG:s TV-direktiv avskaffas.

I motion 2003/04:K15 av Gustav Fridolin m.fl. (mp) yrkas att riksdagen ger regeringen till känna vad i motionen anförts om ett återinförande av de regler för annonstid i TV som gällde före den 1 april 2002. Motionärerna erinrar om Miljöpartiets tidigare inställning att de lagändringar som infördes 2002 och som möjliggör avbrott i program inte är av godo. Miljöpartiet anser alltså att omsorgen om publikens möjligheter att följa TV-program så ostört som möjligt fortfarande skall utgöra en ledstjärna för lagstiftningen. I stället för att gå TV-bolagen till mötes då man utnyttjade möjligheten att sända "miniprogram" i program, borde regeringen definiera vad som är ett program. Motionärerna framhåller vidare att Miljöpartiets farhågor att det skulle bli svårt att avgöra under vilka förutsättningar det skulle vara tillåtet att avbryta program med annonser, utan att annonsavbrotten var kränkande, har infriats. Under rådande omständigheter tillstyrker Miljöpartiet dock regeringens förslag, men önskar att regeringen ges till känna att Sverige bör återinföra de regler som gällde för annons- och reklamtid i TV före den 1 april 2002, om nödvändigt med en tydligare definition av vad som är ett "program".

I motion 2003/04:K444 av Gunnar Hökmark m.fl. (m) från den allmänna motionstiden 2003 yrkas att riksdagen ger regeringen till känna vad i motionen anförts om avskaffande av EG:s TV-direktiv (yrkande 8). Enligt motionärerna bör det stå TV-bolagen fritt att förfoga över programinnehållet. Det är därför oacceptabelt att EU genom det s.k. TV-direktivet ställer krav på en viss sammansättning av program, som t.ex. en viss andel europeiska program. Motionärerna anser att EU:s uppgift är att möjliggöra en fri rörlighet av tjänster, inte att reglera vilka länder som TV-programmen får komma ifrån. Regeringen bör därför verka för att TV-direktivet avskaffas.

Tidigare riksdagsbehandling

Som redovisats ovan behandlade konstitutionsutskottet under riksmötet 2001/02 propositionen 2001/02:82 *Ändrade regler om annonser i TV-sändningar* med förslag till ändringar i radio- och TV-lagen om hur annonser får sättas in i TV-sändningar. Utskottet delade regeringens bedömning att de gällande reglerna i radio- och TV-lagen om hur annonser får placeras i TV-sändningar inte tillgodosåg sitt syfte att skydda publikens möjlighet att ta del av programmen utan att störas av annonser. I likhet med regeringen ville utskottet vidare framhålla att skillnaderna mellan svensk lagstiftning och andra länders lagstiftning i detta avseende hade kommit att leda till alltmer

kännbara konkurrensnackdelar för programföretag etablerade i Sverige, eftersom antalet reklamfinansierade företag som är etablerade utomlands hade ökat. Utskottet delade mot denna bakgrund regeringens uppfattning att det fanns skäl att ändra de svenska reglerna om hur annonser får avbryta program. Vidare hade utskottet ingen invändning mot regeringens förslag om hur dessa ändringar skulle komma till uttryck i aktuella bestämmelser i radio- och TV-lagen. Mot denna bakgrund tillstyrkte utskottet regeringens förslag och avstyrkte en motion med yrkande om avslag på propositionen.

I detta sammanhang föreslog utskottet att riksdagen som sin mening skulle ge regeringen till känna vad utskottet anförde om en skyndsam översyn av undantagsreglerna i 7 kap. 5 § radio- och TV-lagen. Som redovisats ovan är detta tillkännagivande bakgrunden till det nu föreliggande förslaget från regeringen.

Vidare delade utskottet regeringens bedömning att någon ändring av reglerna om mängden tillåten reklam inte var påkallad. Utskottet erinrade därutöver om att TV-direktivet, som är ett s.k. minimidirektiv, innehåller regler om bl.a. hur stor del av den dagliga sändningstiden som får utgöra reklaminslag. Därmed avstyrkte utskottet en motion med yrkanden om att riksdagen skulle besluta om avveckling av regleringen av tiden för reklam i TV-sändningar.

Även under föregående riksmöte behandlade utskottet en motion med yrkande om en avveckling av regleringen för reklamtid i TV (bet. 2002/03:KU25 s. 26). Utskottet vidhöll sin tidigare bedömning att en sådan avveckling inte borde ske. Motionen avstyrktes därför.

Därutöver har konstitutionsutskottet vid flera tillfällen behandlat motionsyrkanden om att regeringen skall verka för ett avskaffande av EG:s TV-direktiv. Detta skedde senast under föregående riksmöte (bet. 2002/03:KU25 s. 21–23). Utskottet framhöll att EG:s TV-direktiv har tillkommit för att uppnå den grundläggande harmonisering som såväl är nödvändig som tillräcklig för att säkerställa den fria rörligheten för TV-sändningar inom gemenskapen. Vidare påpekade utskottet att direktivet har getts en sådan utformning att det står medlemsstaterna fritt att gentemot de programföretag som står under dess jurisdiktion tillämpa mer detaljerade eller strängare regler för områden som omfattas av direktivet. Utskottet ansåg alltså att TV-direktivet inte skulle avvecklas. Den aktuella motionen avstyrktes därför.

Utskottets ställningstagande

Utskottet delar regeringens bedömning att en ny undantagsregel bör införas om i vilka fall det skall vara tillåtet att överskrida gränsen för tillåten mängd reklam under en timme. Som regeringen framhåller ökar därmed flexibiliteten, dock utan att det blir tillåtet att sända mer reklam i TV. Regeringens förslag har, som framgått ovan, sin grund i ett tillkännagivande från riksdagen under riksmötet 2001/02. Konstitutionsutskottet anförde då, med anledning av en motion med yrkande om att riksdagen borde besluta om undantagsregler för att utjämna antalet reklamminuter, att bestämmelserna i 7 kap. 5 § radio- och TV-lagen i vissa fall kan få verkningar som inte ter sig rimliga för den

som bedriver sändningsverksamheten. Det förslag till nya undantagsregler som regeringen nu har lämnat innebär enligt utskottets mening en rimlig avvägning mellan å ena sidan programföretags behov av flexibilitet och å andra sidan TV-tittarnas intresse av att få följa TV-programmen så ostört som möjligt. Därför tillstyrker utskottet regeringens lagförslag och avstyrker motion 2003/04:K14 yrkande 1 om att propositionen bör avslås.

När det gäller vad som anförs i motion 2003/04:K14 yrkande 2 om att reglerna om reklamtid bör avskaffas vidhåller utskottet sin tidigare bedömning att någon avveckling av regleringen inte bör ske. Motionen avstyrks därför i berörd del.

Utskottet vidhåller också sitt tidigare ställningstagande att EG:s TV-direktiv inte bör avvecklas. Motionerna 2003/04:K14 yrkande 3 och 2003/04:K444 yrkande 8 bör därför avslås.

Därutöver anser utskottet att de skäl som motiverade att de nya reglerna om hur annonser får placeras i TV-sändningar infördes i april 2002 alltjämt kvarstår. Någon anledning att, såsom anförs i motion 2003/04:K15, gå tillbaka till tidigare gällande ordning finns därför enligt utskottets mening inte. Utskottet avstyrker därför motionen.

Reservationer

Utskottets förslag till riksdagsbeslut och ställningstaganden har föranlett följande reservationer. I rubriken anges inom parentes vilken punkt i utskottets förslag till riksdagsbeslut som behandlas i avsnittet.

1. Förslaget till ändring i radio- och TV-lagen (punkt 1)

av Gunnar Hökmark (m), Henrik S Järrel (m) och Nils Fredrik Aurelius (m).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att utskottets förslag under punkt 1 borde ha följande lydelse:

Riksdagen avslår bifogat förslag till lag om ändring i radio- och TV-lagen (1996:844) och tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservation 1. Därmed bifaller riksdagen motion 2003/04:K14 yrkande 1 och avslår regeringens proposition 2003/04:66.

Ställningstagande

Vår principiella inställning är att staten inte skall ställa upp villkor för programföretags sändningar. Programföretag bör därför, såsom anförs i motion 2003/04:K14, själva få bestämma över reklamsändningars omfattning och när de skall förekomma i sändningarna. Vi delar därför uppfattningen i den nämna motionen att regeringens nu aktuella förslag till nya undantagsregler om när gränsen för mängden tillåten reklam under en timme får överskridas bör avslås. I enlighet med detta bör motion 2003/04:K14 yrkande 1 bifallas.

2. Avskaffande av reglerna om reklam i TV (punkt 2)

av Gunnar Hökmark (m), Henrik S Järrel (m) och Nils Fredrik Aurelius (m).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att utskottets förslag under punkt 2 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservation 2. Därmed bifaller riksdagen motion 2003/04:K14 yrkande 2.

Ställningstagande

Utvecklingen på medieområdet visar enligt vår mening att reklamreglerna är föråldrade. Det programföretag som väljer att sända för mycket reklam kommer att förlora sina tittare. Vi anser därför, i enlighet med vad som anförs i motion 2003/04:K14 yrkande 2, att det bör vara upp till programföretagen att själva bestämma över reklamsändningars omfattning och frekvens. Program-

företagen själva är de som har störst anledning att ta hänsyn till publiken för att kunna behålla den och därmed lyckas med finansieringen av utbudet. Vi delar därför uppfattningen i den nämnda motionen att regleringen av reklam-sändningars omfattning och frekvens bör avskaffas. Detta bör med bifall till motionen i berörd del ges regeringen till känna.

3. EG:s TV-direktiv (punkt 3)

av Gunnar Hökmark (m), Helena Bargholtz (fp), Henrik S Järrel (m), Tobias Krantz (fp) och Nils Fredrik Aurelius (m).

Förslag till riksdagsbeslut

Vi anser att utskottets förslag under punkt 3 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservation 3. Därmed bifaller riksdagen motionerna 2003/04:K14 yrkande 3 och 2003/04:K444 yrkande 8.

Ställningstagande

Enligt vår mening skall EU arbeta för en utvidgning av den inre marknaden och för att få bort offentliga monopol. Det är oacceptabelt att EU ställer krav på en viss sammansättning av TV-bolagens program, t.ex. att dessa skall utgöras av en viss andel europeiska TV-program, och att man reglerar mängden reklam i sändningarna. Enligt vår uppfattning bör TV-bolag fritt få förfoga över programinnehållet i enlighet med respektive lands yttrandefrihetsrättsliga bestämmelser. I likhet med vad som anförs i motionerna 2003/04:K14 yrkande 3 och 2003/04:K444 yrkande 8 bör regeringen därför verka för att EG:s TV-direktiv avskaffas. Detta bör med bifall till de nämnda motionerna i berörda delar ges regeringen till känna.

4. Återgång till tidigare regler om annonser i TV-sändningar (punkt 4)

av Gustav Fridolin (mp).

Förslag till riksdagsbeslut

Jag anser att utskottets förslag under punkt 4 borde ha följande lydelse:

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i reservation 4. Därmed bifaller riksdagen motion 2003/04:K15.

Ställningstagande

Miljöpartiet välkomnar regeringens förslag att nu rätta till de problem som gällande regler för reklam i TV ger upphov till vid direktsända evenemang och som varken programföretagen eller deras produktionsbolag ansvarar för.

I sammanhanget bör också erinras om Miljöpartiets grundläggande inställning att de lagändringar som trädde i kraft i april 2002 och som möjliggör avbrott i program för annonssändningar inte är av godo. Miljöpartiet är

alltjämt av samma ståndpunkt och anser att omsorgen om TV-publikens möjlighet att följa program så ostört som möjligt fortfarande bör utgöra en ledstjärna för lagstiftningen. Då programföretagen utnyttjade möjligheten att sända "miniprogram" i program, gick regeringen dem till mötes. I stället borde regeringen ha definierat vad som är ett program. Miljöpartiet anförde också att det skulle bli svårt att avgöra under vilka förutsättningar det skall vara tillåtet att avbryta TV-program med annonser. Det klargjordes aldrig i vilka avseenden annonsavbrott skulle kunna anses vara kränkande. De processer som har startat har inte fått önskvärd effekt. I stället framstår det som allt tydligare att TV-bolagen har rätt att avbryta långfilmer, trots de kränkningar av rättighetshavaren eller personerna bakom filmen som detta innebär. Det förefaller alltså som om vi i Miljöpartiet hade rätt i de farhågor som vi anförde inför lagändringarna i april 2002.

I enlighet med vad som anförs i motion 2003/04:K15 anser jag därför att riksdagen bör ge regeringen till känna att de regler bör återinföras som gällde för annonssändningar före den 1 april 2002. Om möjligt bör man då också definiera vad som är ett "program". Därmed bör den nämnda motionen bifallas.

BILAGA 1

Förteckning över behandlade förslag

Propositionen

2003/04:66 Reklamtid i TV:

Riksdagen antar regeringens förslag till lag om ändring i radio- och TV-lagen (1996:844).

Följdmotioner

2003/04:K14 av Gunnar Hökmark m.fl. (m):

1. Riksdagen avslår proposition 2003/04:66.
2. Riksdagen begär att regeringen återkommer med förslag om avskaffande av regleringen av reklamsändningars omfattning och frekvens i enlighet med vad som anförs i motionen.
3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om avskaffande av EU:s TV-direktiv.

2003/04:K15 av Gustav Fridolin m.fl. (mp):

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som i motionen anförs om ett återinförande av de regler för annonstid i TV som gällde före den 1 april 2002.

Motion från allmänna motionstiden

2003/04:K444 av Gunnar Hökmark m.fl. (m):

8. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om avskaffande av EU:s TV-direktiv.

BILAGA 2

Regeringens lagförslag

2 Förslag till lag om ändring i radio- och TV-lagen (1996:844)

Härigenom föreskrivs att 6 kap. 8 § samt 7 kap. 1 och 5 §§ radio- och TV-lagen (1996:844) skall ha följande lydelse.

*Nuvarande lydelse**Föreslagen lydelse***6 kap.****8 §¹**

Den som sänder TV-program över satellit eller med stöd av tillstånd av regeringen skall, om det inte finns särskilda skäl mot det, se till

1. att mer än hälften av den årliga sändningstiden upptas av program av europeiskt ursprung, och

2. att minst tio procent av den årliga sändningstiden eller minst tio procent av programbudgeten avser program av europeiskt ursprung som har framställts av självständiga producenter; en så stor andel som möjligt bör utgöras av program som färdigställts under de närmast föregående fem åren.

Som sändningstid anses i denna paragraf tid då det sänds program med annat innehåll än nyheter, sport, tävlingar, annonser och programtjänster som avses i 7 kap. 5 § *tredje stycket*. I sändningstiden skall inte heller räknas in sändningar av endast text.

TV-sändningar enligt första stycket och ljudradiosändningar som sker med stöd av tillstånd av regeringen skall, om det inte finns särskilda skäl mot det, i betydande omfattning innehålla program på svenska språket, program med svenska artister och verk av svenska upphovsmän.

Som sändningstid anses i denna paragraf tid då det sänds program med annat innehåll än nyheter, sport, tävlingar, annonser och programtjänster som avses i 7 kap. 5 § *fjärde stycket*. I sändningstiden skall inte heller räknas in sändningar av endast text.

7 kap.**1 §**

Före och efter varje sändning av annonser skall det sändas en särskild signatur som tydligt skiljer annonserna från övriga sändningar. Signaturen skall i televisionen bestå av både ljud och bild. I sökbar text-TV och i försäljningsprogram som avses i 5 § *tredje stycket* skall signaturen alltid vara löpande, men behöver endast anges i bild.

I fråga om sändningar som regeringen lämnar tillstånd till får regeringen medge undantag från skyldigheten enligt första stycket och kravet enligt 6 §.

Före och efter varje sändning av annonser skall det sändas en särskild signatur som tydligt skiljer annonserna från övriga sändningar. Signaturen skall i televisionen bestå av både ljud och bild. I sökbar text-TV och i försäljningsprogram som avses i 5 § *fjärde stycket* skall signaturen alltid vara löpande, men behöver endast anges i bild.

¹ Senaste lydelse 1998:1713.

Med annonser avses reklam samt sändningar som utan att vara reklam sänds på uppdrag av någon annan.

5 §²

Annonser får sändas högst åtta minuter under en timme mellan hela klockslag. I TV-sändning får denna tid dels under sändningstiden mellan klockan 19.00 och 24.00 dels i rena undantagsfall, utsträckas till högst tio minuter. Om sändningstiden inte omfattar en timme mellan hela klockslag får annonser sändas under högst tio procent av den tiden.

Annonser får sändas högst åtta minuter under en timme mellan hela klockslag. I TV-sändning mellan klockan 19.00 och 24.00 får denna tid utsträckas till högst tio minuter. Om sändningstiden inte omfattar en timme mellan hela klockslag får annonser sändas under högst tio procent av den tiden.

I TV-sändning får de i första stycket angivna annonstiderna överskridas, om

1. programföretaget gör sannolikt att

a) överskridandet föranletts av en i tiden nära liggande händelse som medfört att en tidigare sändning av annonser fått utgå eller förskjutits,

b) företaget inte rimligen haft anledning att ta denna händelse i beaktande vid programplaneringen, och

c) händelsen legat utanför företagets kontroll, samt

2. annonstiden under en timme mellan hela klockslag inte överstiger tolv minuter.

Annonser får i en TV-sändning sändas under högst tio procent av sändningstiden per dygn.

Programtjänster som uteslutande är avsedda för program där publiken erbjuds att beställa varor eller tjänster (försäljningsprogram) får trots vad som sägs i första och andra stycket sändas i televisionen. Med programtjänst avses ett samlat utbud av program som sänds under en gemensam beteckning. Utöver vad som följer av 6 kap. 9 § skall programtjänstens beteckning anges i början och i slutet av sändningen.

Programtjänster som uteslutande är avsedda för program där publiken erbjuds att beställa varor eller tjänster (försäljningsprogram) får trots vad som sägs i första, andra och tredje styckena sändas i televisionen. Med programtjänst avses ett samlat utbud av program som sänds under en gemensam beteckning. Utöver vad som följer av 6 kap. 9 § skall programtjänstens beteckning anges i början och i slutet av sändningen.

² Senaste lydelse 1997:335.

Denna lag träder i kraft den 1 maj 2004.