



## **Lag om ändring i radio- och TV-lagen (1996:844);**

utfärdad den 21 mars 2002.

Enligt riksdagens beslut<sup>1</sup> föreskrivs i fråga om radio- och TV-lagen (1996:844)

*dels* att 7 kap. 7 och 12 §§ samt 10 kap. 5 § skall ha följande lydelse,

*dels* att det i lagen skall införas två nya paragrafer, 7 kap. 7 a och 7 b §§, av följande lydelse.

### **7 kap.**

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

Vid tillämpningen av första stycket samt 7 a och 7 b §§ skall ett program som inte består av annat än, utom angivande av namn eller källa, ett enkelt meddelande om tid, väderlek, nyheter eller dylikt, inte betraktas som ett särskilt program.

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

I program som består av avslutade delar får annonser sändas mellan delarna.

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.

I andra program än de som avses i första och andra styckena skall det vara minst 20 minuter mellan annonssändningarna i programmet.

**7 b §** Trots vad som sägs i 7 och 7 a §§ får annonser inte avbryta gudstjänster eller program som huvudsakligen vänder sig till barn under tolv år.

<sup>1</sup> Prop. 2001/02:82, bet. 2001/02:KU16, rskr. 2001/02:187.

Program som huvudsakligen handlar om nyheter eller nyhetskommentarer, dokumentärprogram och program om livsåskådningsfrågor får inte 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.

Reklam får 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 §.

**12 §** Bestämmelserna i detta kapitel gäller inte för sådan reklam som den sändande gör för sin programverksamhet.

Bestämmelserna i 5 och 7–7 b §§ gäller inte sökbar text-TV.

## **10 kap.**

**5 §<sup>2</sup>** Den som åsidosätter de bestämmelser och villkor som anges i denna paragraf får åläggas att betala en särskild avgift. Detta gäller

1. villkor om annonser och sponsrade program som föreskrivits med stöd av 3 kap. 3 § första stycket,

2. bestämmelsen om otillbörligt gynnande av kommersiella intressen enligt 6 kap. 4 §,

3. bestämmelserna om annonser i 7 kap. 1 och 5–7 b §§,

4. bestämmelserna om andra annonser än reklam i 6 kap. 5 § och 7 kap. 2 och 3 §§,

5. bestämmelserna om sponsring i 7 kap. 8 och 9 §§ samt 10 § andra stycket,

6. bestämmelsen om reklam i 7 kap. 11 §, eller

7. bestämmelsen om exklusiva rättigheter i 6 kap. 10 §.

Vid prövning av frågan om avgift skall påföras skall rätten särskilt beakta överträdelsens art, varaktighet och omfattning.

Avgiften tillfaller staten.

---

Denna lag träder i kraft den 1 april 2002 och gäller sändningar som sker efter den tidpunkten.

På regeringens vägnar

MARITA ULVSKOG

Martin Holmgren  
(Kulturdepartementet)