

**Statsrådets skrivelse till Riksdagen med anledning av  
ett förslag till Europaparlamentets och rådets direktiv  
(ändring av televisionsdirektivet)**

I enlighet med 96 § 2 mom. i grundlagen  
översänds till Riksdagen Europeiska gemenska-  
skapernas kommissions förslag av den 13 de-  
cember 2005 till Europaparlamentets och rå-  
dets direktiv om ändring av direktiv  
89/552/EEG om samordning av vissa be-  
stämmelser som fastställts i medlemsstater-

nas lagar och andra författningar om utföran-  
det av sändningsverksamhet för television,  
ändrat genom Europaparlamentets och rådets  
direktiv 97/36/EG.

Helsingfors den 23 mars 2006

Kommunikationsminister *Susanna Huovinen*

Kommunikationsråd Ismo Kosonen

**FÖRSLAG TILL EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV OM ÄNDRING AV RÅDETS DIREKTIV 89/552/EEG OM SAMORDNING AV VISSA BESTÄMMELSER SOM FASTSTÄLLTS I MEDLEMSSTATERNAS LAGAR OCH ANDRA FÖRFATTNINGAR OM UTFÖRANDET AV SÄNDNINGSVERKSAMHET FÖR TELEVISION**

### 1. Allmänt

Den 13 december 2005 utfärdade rådet ett förslag till direktiv om ändring av rådets direktiv 89/552/EEG 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; nedan *televisionsdirektivet*.

Ett viktigt mål med televisionsdirektivet är att harmonisera medlemsstaternas lagstiftning om utövande av sändningsverksamhet och att, med vissa begränsningar som gäller det allmänna intresset, säkerställa TV-programmens fria rörlighet inom gemenskapen. Televisionsdirektivet har i huvudsak införlivats med den finska lagstiftningen genom lagen om televisions- och radioverksamhet (744/1998).

Ett viktigt mål med kommissionens förslag är att anpassa lagstiftningen inom verksamhetsområdet till dagens verksamhetsmiljö. Enligt kommissionen skiljer sig reglerna när det gäller verksamhet såsom audiovisuella beställtjänster och i en del fall kan detta hindra den fria rörligheten för den här typen av tjänster inom Europeiska unionen och snedvrida konkurrensen på den inre marknaden. På så sätt råder det osäkerhet om rättsläget för europeiska företag som tillhandahåller audiovisuella medietjänster och de omfattas av olika konkurrensvillkor, särskilt i samband med nya audiovisuella beställtjänster.

För att förhindra snedvridning av konkurrensen och öka säkerheten om rättsläget är det enligt kommissionen nödvändigt att se till att alla audiovisuella medietjänster omfattas av åtminstone en grunduppsättning samord-

nade regler. Å andra sidan gör enligt kommissionen de audiovisuella medietjänsternas stora betydelse för samhälle, demokrati och kultur det berättigat med särskilda regler för dessa tjänster.

När den rättsliga ramen för verksamhetsområdet ändras bör enligt kommissionen ny teknik för överföring av audiovisuella medietjänster beaktas. Härvid bör man ta hänsyn till att affärsverksamheten påverkas av den ändrade strukturen och den tekniska utvecklingen, i synnerhet när det gäller finansieringen av kommersiell sändningsverksamhet. På samma sätt bör man garantera optimala konkurrensvillkor för informationsteknik, mediebranschen och medietjänster i Europa. Enligt kommissionen kan traditionella audiovisuella medietjänster och nya beställtjänster skapa många arbetstillfällen i gemenskapen, särskilt i små och medelstora företag, och främja ekonomisk tillväxt och investeringar.

Det förslag om ändring av televisionsdirektivet som nu getts utgör en del av kommissionens initiativ i2010 – Det europeiska informationssamhället för tillväxt och sysselsättning [KOM(2005)229]. Syftet med kommissionens i2010-strategi är att underlätta den digitala ekonomins utveckling, mot bakgrund av konvergensen mellan IT- och medietjänster, nät och utrustning, genom att modernisera och utnyttja alla medel som EU förfogar över: lagstiftning, forskning och partnerskap med branschen. Kommissionen har förbundit sig att skapa en enhetlig ram för den inre marknaden för IT-tjänster och medietjänster genom att modernisera den rättsliga ramen för audiovisuella tjänster.

## 2. Det huvudsakliga innehållet

### *Allmänna observationer*

Kommissionen föreslår att direktivets namn ändras till direktiv om audiovisuella medietjänster och att dess tillämpningsområde utvidgas till att omfatta även andra audiovisuella tjänster än TV-sändningar. Den definition av audiovisuella medietjänster som kommissionen föreslår täcker alla audiovisuella massmedietjänster, oavsett om det rör sig om tjänster enligt en programtablå eller beställtjänster.

I förslaget är principen om ursprungsland fortfarande central för direktivet. Enligt kommissionen är principen grundläggande för skapandet av en inre marknad och måste tillämpas på alla audiovisuella medietjänster. På så sätt kan man ge leverantörerna av medietjänster den säkerhet om rättsläget som är en förutsättning för nya affärsmodeller och utbyggnaden av den här typen av tjänster. Principen är enligt kommissionen också nödvändig för att garantera den fria rörligheten för information och audiovisuella program på den inre marknaden.

I anknytning till principen om ursprungsland föreslås dock nya bestämmelser i direktivet, vilka skall gälla situationer där en verksamhetsutövare som har etablerat sig i en medlemsstat i huvudsak riktar sina tjänster till en annan medlemsstat. I en situation som definieras i direktivet kan en medlemsstat vidta åtgärder, vilka även skall bedömas av kommissionen så att de sker i enlighet med gemenskapslagstiftningen.

Direktivets utgångspunkt är fortfarande att trygga de audiovisuella tjänsternas fria rörlighet inom gemenskapen. Enligt kommissionen får medlemsstaterna dock utan hinder av tillämpningen av principen om ursprungsland fortfarande i enlighet med villkoren i artikel 2a i direktivet och det förfarande som fastställs i direktivet vidta åtgärder som begränsar den fria rörligheten för TV-sändningar, dvs. linjära tjänster, inom gemenskapen.

Enligt förslaget förblir direktivet ett s.k. minimidirektiv. Enligt kommissionen bör medlemsstaterna behålla sin frihet att inom de områden som samordnas genom detta d-

rektiv tillämpa strängare regler på de leverantörer av audiovisuella medietjänster som tillhör deras jurisdiktion. Enligt kommissionen bör dock inga bestämmelser i direktivet ålägga eller uppmuntra medlemsstaterna att införa nya licens- eller tillståndssystem för någon typ av media.

Det att direktivets tillämpningsområde utvidgas till att gälla även icke-linjära audiovisuella tjänster kan anses vara en central ändring som ingår i förslaget. Enligt kommissionen skiljer sig icke-linjära tjänster från linjära tjänster när det gäller användarens valfrihet och kontrollmöjligheter samt när det gäller tjänsternas samhällseffekter. Detta gör det enligt kommissionen motiverat med en mindre omfattande reglering av icke-linjära tjänster, så att dessa endast behöver följa de grundläggande regler som avses i artikel 3c-3h, vilka skyddar den fysiska, mentala och moraliska utvecklingen för minderåriga samt den mänskliga värdigheten i alla audiovisuella medietjänster och i audiovisuell marknadskommunikation.

Efter revideringen av direktivet kan medlemsstaterna inte längre, inom de områden som harmoniseras genom detta direktiv, avvika från principen om ursprungsland när det gäller skydd av minderåriga och bekämpande av hets mot personer på grund av ras, kön, religion eller nationalitet samt kränkningar av enskilda personers mänskliga värdighet eller konsumentskydd, i enlighet med artikel 3.4 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden; nedan *direktivet om elektronisk handel*.

Enligt kommissionen måste de åtgärder som vidtas för att skydda minderåriga och den mänskliga värdigheten noga vägas mot yttrandefriheten, vilken är tryggad i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna. Syftet med dessa åtgärder bör därmed vara att garantera en tillfredsställande nivå på skyddet för minderåriga, särskilt när det gäller icke-linjära tjänster, men inte att förbjuda vuxet innehåll som sådant. Enligt kommissionen innefattar dock inga av de bestämmelser i det här direktivet som rör skyddet av minderåriga och den allmänna ord-

ningen nödvändigtvis några krav på att de berörda åtgärderna skall genomföras genom förhandskontroll av audiovisuella medietjänster.

Utöver TV-reklam och teleshopping (köp-TV eller teleköpsändningar) föreslår kommissionen att en bredare definition av audiovisuell marknadskommunikation införs. Denna definition täcker rörliga bilder med eller utan ljud som åtföljer audiovisuella medietjänster och som är utformade för att direkt eller indirekt marknadsföra varor och tjänster till eller imagen av en fysisk eller juridisk person som bedriver ekonomisk verksamhet.

I förslaget mildras bestämmelserna om reklam. Enligt kommissionen har det allt större antalet nya tjänster ökat konsumenternas valfrihet och därför är det inte längre motiverat med en detaljerad reglering av sändningen av reklaminslag för att skydda tittarna. Direktivet ökar visserligen inte den tillåtna mängden reklam per timme, men ger programföretagen flexibilitet i fråga om sändning av reklaminslag, när detta inte på ett oskäligt sätt skadar programmets integritet.

#### *Detaljerade ändringsförslag*

##### *Artikel 1*

Kommissionens förslag omfattar sammanlagt fem artiklar, av vilka artikel 1 innehåller alla ändringsförslag som gäller bestämmelserna i det gällande televisionsdirektivet. Genom artikel 1 ändras direktivets namn till följande: ”Europaparlamentets och rådets direktiv [...] om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster)”.

Genom artikel 1 revideras bestämmelserna i det gällande televisionsdirektivet enligt följande:

*Artikel 1* innehåller de centrala definitionerna i direktivet. Utvidgandet av direktivets tillämpningsområde har medverkat till att även nya definitioner har infogats i artikel 1.

I punkt a definieras audiovisuell medietjänst. Med detta begrepp avses en tjänst enligt definitionen i artiklarna 49 och 50 i för-

draget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, vars huvudsakliga syfte är att i informations-, underhållnings- eller utbildningssyfte tillhandahålla rörliga bilder, med eller utan ljud, till allmänheten via elektroniska kommunikationsnät i den mening som avses i artikel 2 a i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/21/EG.

Begreppet audiovisuellt tillämpningsområde avser rörliga bilder med eller utan ljud och innefattar således filmer utan ljud men inte ljudöverföring eller radio. Direktivets tillämpningsområde begränsas dock till tjänster enligt definitionen i EG-fördraget, vilket innebär att det omfattar alla typer av ekonomisk verksamhet, även public serviceföretagens verksamhet, men inte verksamhet utan ekonomiska syften, som rent privata webbplatser.

Enligt artikeln täcker definitionen av audiovisuella medietjänster massmedier endast i deras informativa, underhållande eller utbildande funktion, men utesluter alla former av privat korrespondens, som e-postmeddelanden som sänds till ett begränsat antal mottagare. Definitionen utesluter också alla tjänster som inte är avsedda för distribution av audiovisuellt innehåll, dvs. när det audiovisuella innehållet enbart är en sidospekt av tjänsten och inte dess huvudsakliga syfte. Direktivet omfattar inte till exempel nätupplagor av tidningar och tidskrifter. Enligt kommissionen är även begreppet redaktionellt ansvar grundläggande för definitionen av audiovisuella medietjänster.

I punkt b definieras begreppet leverantör av medietjänster. En sådan anses vara den fysiska eller juridiska person som har det redaktionella ansvaret för valet av audiovisuellt innehåll för den audiovisuella medietjänsten och som avgör hur det skall organiseras.

Med televisionssändning avses enligt punkt c en linjär audiovisuell medietjänst där en leverantör av medietjänster bestämmer vid vilken tidpunkt ett visst program skall sändas och fastställer programtablan. Med TV-sändning avses i artikel 1.a i det gällande direktivet den ursprungliga överföringen av TV-program avsedda för mottagning av allmänheten, per tråd eller genom luften inklusive överföring via satellit, i okodad eller kodad form.

Enligt punkt d avses med programföretag en leverantör av linjära audiovisuella medietjänster. Definitionen av programföretag bör således studeras tillsammans med den definition av linjär audiovisuell medietjänst som ingår i artikel 1.c ovan.

I punkt e ingår en definition av icke-linjär tjänst. Med detta begrepp avses en audiovisuell medietjänst där det är användaren som bestämmer vid vilken tidpunkt ett visst program skall sändas, utifrån ett innehållsutbud som väljs av leverantören av medietjänster. Enligt kommissionen är beställvideo (video-on-demand) ett exempel på en icke-linjär tjänst, medan IPTV (Internet protocol TV) samt så kallad streaming (direktuppspelning) och webbcasting (webbutskändning) åter skall anses vara linjära audiovisuella tjänster, dvs. sändningsverksamhet.

Även punkt f innehåller en ny och central definition. Enligt punkten avses med audiovisuell marknadskommunikation rörliga bilder med eller utan ljud som åtföljer audiovisuella medietjänster och som är utformade för att direkt eller indirekt marknadsföra varor och tjänster till eller bilden av en fysisk eller juridisk person som bedriver ekonomisk verksamhet. Definitionen omfattar inte samhällsinformation och välgörenhetsinslag som sänds utan avgift.

I anslutning till det föregående bör det noteras att i punkt g, vilken innehållsmässigt står kvar i sin nuvarande form, fastställs dock att med TV-reklam avses varje form av sänt meddelande, antingen mot betalning eller liknande ersättning eller i form av egenreklam, som utförs av ett offentligt eller privat företag i samband med handel, affärsverksamhet, hantverk eller yrkesverksamhet i avsikt att främja tillhandahållande mot betalning av varor eller tjänster, inklusive fast egendom, eller rättigheter och förpliktelser.

Till punkt h flyttas i innehållsmässigt sett oförändrad form den definition av smygreklam som ingår i den tidigare punkten d. Enligt bestämmelsen avses med smygreklam presentation i ord eller bild av varor, tjänster, namn, varumärke eller verksamheter för en varu- eller tjänsteproducent i program, då denna presentation av programföretaget är avsedd att tjäna som reklam och då allmänheten kan vilseledas i fråga om presentationens

art. Denna typ av presentation betraktas särskilt som avsiktlig om den görs mot betalning eller liknande ersättning.

Sponsring, vilket definieras i punkt i, utvidgas till att gälla alla audiovisuella medietjänster. Enligt förslaget avses med sponsring varje bidrag till finansieringen av en audiovisuell medietjänst som ges av ett offentligt eller privat företag som inte är verksamt inom tillhandahållande av audiovisuella tjänster eller produktion av audiovisuella verk, i syfte att marknadsföra företagets namn, varumärke, anseende, verksamhet eller produkter.

Till punkt j flyttas i innehållsmässigt sett oförändrad form den definition av teleshopping som ingår i den tidigare punkten f. Enligt den föreslagna bestämmelsen avses med teleshopping sändning av direkta erbjudanden till allmänheten i syfte att mot betalning tillhandahålla varor eller tjänster, inklusive fast egendom eller rättigheter och förpliktelser.

Punkt k innehåller å sin sida en ny bestämmelse om produktplacering. Varje form av audiovisuell marknadskommunikation som innehåller eller hänvisar till en produkt, en tjänst eller ett varumärke, som på så sätt framhävs i en audiovisuell medietjänst, normalt mot betalning eller liknande ersättning, anses vara produktplacering. Enligt förslaget kan produktplacering således gälla såväl linjära som icke-linjära tjänster.

I artikel 2 utvidgas principen om ursprungsland till att gälla alla audiovisuella tjänster samt införs bestämmelser om hur etableringsorten för leverantören av audiovisuella medietjänster skall fastställas. I artikeln ingår såväl ändringar i terminologin i anslutning till utvidgningen av direktivets tillämpningsområde som innehållsmässigt sett nya bestämmelser.

Enligt de kriterier som anges i punkt 4 skall det inte längre anses att en verksamhetsutövare som använder en radiofrekvens som upplåtits av en medlemsstat hör till medlemsstatens jurisdiktion. Det bör noteras att det är fråga om sekundära kriterier för fastställande av etableringsorten. Enligt bestämmelsen skall leverantörer av audiovisuella medietjänster på vilka bestämmelserna i punkt 3 inte är tillämpliga anses tillhöra en medlemsstats jurisdiktion om de a) använder sig av en

satellitupplänk belägen i den medlemsstaten eller b) visserligen inte använder en satellitupplänk belägen i medlemsstaten, men använder satellitkapacitet som hör till den medlemsstaten.

Enligt punkt 6 skall direktivet inte tillämpas på audiovisuella medietjänster som är avsedda uteslutande för mottagning i tredjeland och som inte tas emot direkt eller indirekt med hjälp av vanlig konsumentutrustning av allmänheten i en eller flera medlemsstater. Avsikten är att det tillägg som föreslås i bestämmelsen skall begränsa direktivets tillämpningsområde så att det endast gäller audiovisuella medietjänster som direkt eller indirekt kan tas emot av allmänheten i en eller fler medlemsstater med hjälp av vanlig konsumentutrustning. Det överläts åt de behöriga myndigheterna i medlemsstaterna att fastställa hur "vanlig konsumentutrustning" skall definieras.

I förslaget fogas nya punkter 7-10 till artikeln med bestämmelser som gäller situationer där en verksamhetsutövare som har etablerat sig i en medlemsstat riktar sin verksamhet till en annan medlemsstat. Situationer av detta slag har uppstått inom unionen när verksamhetsutövare har sökt sig till medlemsstater med lindrigare reglering och riktat sitt programutbud till andra medlemsstater.

Enligt punkt 7 får en medlemsstat för att förhindra missbruk och bedrägligt uppträdande vidta lämpliga åtgärder mot en leverantör av medietjänster som är etablerad i en annan medlemsstat, men vars verksamhet uteslutande eller huvudsakligen riktar sig mot den förstnämnda medlemsstatens territorium. Detta skall bevisas av denna medlemsstat från fall till fall.

Enligt punkt 8 får medlemsstaterna endast vidta åtgärder enligt punkt 7 om samtliga villkor nedan uppfylls:

- a) den mottagande medlemsstaten uppmanar den medlemsstat där leverantören av medietjänster är etablerad att vidta åtgärder,
- b) den sistnämnda medlemsstaten vidtar inga sådana åtgärder,
- c) den förstnämnda medlemsstaten meddelar kommissionen och den medlemsstat där leverantören av medietjänster är etablerad att den avser att vidta sådana åtgärder och
- d) kommissionen fastställer att åtgärderna

är förenliga med gemenskapslagstiftningen.

Enligt punkt 9 skall varje åtgärd i enlighet med punkt 7 objektivt sett vara nödvändig, tillämpas på ett icke-diskriminerande sätt, vara ändamålsenlig med tanke på de mål som skall uppnås och får inte gå utöver vad som är nödvändigt för att uppnå dessa mål.

Enligt punkt 10 skall kommissionen fatta sitt beslut inom tre månader från underrättelsen enligt punkt 8. Om kommissionen fastställer att åtgärderna inte är förenliga med gemenskapslagstiftningen, skall den berörda medlemsstaten avstå från att vidta de föreslagna åtgärderna.

Genom ändringen i *artikel 2a.1* utvidgas TV-programmens fria rörlighet mellan medlemsstaterna, vilken tryggas genom tv-direktivet, till att gälla alla audiovisuella medietjänster. Enligt punkt 1 skall medlemsstaterna säkerställa fri mottagning och får inte begränsa vidaresändning inom sina territorier av audiovisuella medietjänster från andra medlemsstater av skäl som omfattas av samordningen genom detta direktiv.

I punkt 2 ersätts hänvisningen till artikel 22a med en hänvisning till artikel 3e. Den bestämmelse som föreslås i punkt 2, med vilken den fria rörlighet för tjänster som tryggas i punkt 1 kan begränsas på grund av skydd av minderåriga eller innehåll som uppmanar till hat, kommer dock att gälla endast linjära audiovisuella medietjänster. I övrigt står artikel 2a kvar i sin nuvarande form innehållsmässigt sett.

Enligt *artikel 3* fortsätter regleringen i direktivet att vara s.k. minimireglering. Enligt punkt 1 skall medlemsstaterna ha frihet att inom de områden som omfattas av detta direktiv föreskriva mer detaljerade eller striktare regler för de leverantörer av medietjänster som tillhör deras jurisdiktion.

Enligt punkt 2 skall medlemsstaterna inom ramen för sin lagstiftning och på lämpligt sätt säkerställa att de leverantörer av medietjänster som tillhör deras jurisdiktion i praktiken uppfyller bestämmelserna i detta direktiv.

I punkt 3 ingår en ny bestämmelse enligt vilken medlemsstaterna skall främja system för samreglering inom de områden som samordnas genom detta direktiv. Dessa system skall utformas så att de blir allmänt accepterade av de viktigaste aktörerna och säkrar en

effektiv tillämpning. Den föreslagna bestämmelsen om främjande av system för samreglering är ny i direktivet och den omfattar ingen närmare definition av begreppet samreglering.

I *artikel 3b.1* ingår en ny bestämmelse om rätten att sända korta nyhetsinslag. Enligt bestämmelsen skall medlemsstaterna när det gäller korta nyhetsinslag se till att programföretag som är etablerade i andra medlemsstater inte förvägras tillgång, på rättvisa, rimliga och icke-diskriminerande villkor, till händelser av stort allmänintresse som sänds av ett programföretag som tillhör deras jurisdiktion. Som allmän princip föreslår kommissionen i skäl 27 i ingressen till förslaget att dessa utdrag inte skall vara längre än 90 sekunder. Det bör noteras att rätten att för korta nyhetsinslag plocka utdrag från en annan verksamhetsutövers tjänst således endast gäller situationer då denna tjänst är linjär.

Enligt punkt 2 har programföretag rätt att fritt välja korta nyhetsinslag från det sändande programföretagets signal, minimikravet är dock att källan anges.

Till artikel 3c fogas en ny bestämmelse om uppgifter i anslutning till leverantörerna av audiovisuella medietjänster. Enligt kommissionen är det viktigt att leverantörerna av medietjänster ser till att tittarna hela tiden enkelt kan få direkt tillgång till nödvändig information om vem som har det redaktionella ansvaret för innehållet. Att tittarna informeras på detta sätt är motiverat med tanke på de audiovisuella medietjänsternas speciella natur och särskilt deras påverkan på människors åsikter. De enskilda medlemsstaterna kan enligt skäl 29 i förslagets ingress fastställa de praktiska detaljerna för hur detta mål kan uppnås.

Enligt artikeln skall medlemsstaterna se till att leverantörer av audiovisuella medietjänster under deras jurisdiktion ser till att mottagarna av deras tjänster hela tiden har direkt tillgång till följande information, som skall vara lättillgänglig:

- a) namnet på leverantören av medietjänster,
- b) den geografiska adress där leverantören av medietjänster är etablerad,
- c) uppgifter om leverantören av medietjänster, t.ex. leverantörens e-postadress eller

webbplats, så att det går att snabbt och effektivt få direkt kontakt med denne,

d) i tillämpliga fall, den behöriga tillsynsmyndigheten.

I *artikel 3d* ingår en ny bestämmelse om utbudet av audiovisuella medietjänster och skyddet av minderåriga. Enligt artikeln skall medlemsstaterna vidta de åtgärder som är nödvändiga för att se till att audiovisuella medietjänster under deras jurisdiktion inte tillhandahålls på ett sådant sätt att det allvarligt kan skada den fysiska, mentala eller moraliska utvecklingen hos minderåriga.

Det bör noteras att en bestämmelse med nästan samma innehåll, vilken gäller innehållet i TV-sändningar och skyddet av minderåriga, står kvar i artikel 22 i direktivet. På så sätt berörs de linjära tjänsterna fortfarande av begränsningar vad gäller innehåll och sändningstid i anslutning till skyddet av minderåriga, medan de icke-linjära tjänsterna endast berörs av den bestämmelse som föreslås i artikel 3d om det sätt på vilket tjänsterna tillhandahålls.

Till *artikel 3e* överförs den bestämmelse om förbud mot uppammande av hat som från tidigare ingår i artikel 22a i direktivet. Till artikeln fogas dock tro, funktionshinder, ålder eller sexuell läggning som nya grunder. Enligt förslaget skall medlemsstaterna med lämpliga metoder se till att audiovisuella medietjänster och audiovisuell marknadscommunication som tillhandahålls av leverantörer inom deras jurisdiktion inte på något sätt uppmanar till hets mot personer på grund av kön, ras eller etniskt ursprung, religion eller tro, funktionshinder, ålder eller sexuell läggning.

I *artikel 3f.1* ingår en ny bestämmelse om främjande av produktionen av och tillgången till europeiska produktioner. Enligt artikeln skall medlemsstaterna, där så är praktiskt möjligt, på lämpligt sätt se till att de leverantörer av medietjänster som tillhör deras jurisdiktion främjar produktionen av och tillgången till europeiska produktioner i den mening som avses i artikel 6.

I *artikel 5* kvarstår den skyldighet som åläggs programföretagen att reservera en viss andel av sändningstiden för europeiska produktioner skapade av oberoende producenter. Efter revideringen av direktivet gäller kvot-

bestämmelsen linjära tjänster.

Till punkt 2 överförs bestämmelsen i vad som tidigare var artikel 7. Enligt denna punkt skall medlemsstaterna se till att leverantörer av medietjänster under deras jurisdiktion inte sänder biograffilmer under andra tidsperioder än vad som överenskommit med rättighets-havarna. Efter revideringen tillämpas bestämmelsen på detta sätt på såväl linjära som icke-linjära tjänster.

Enligt punkt 3 skall medlemsstaterna senast vid utgången av det fjärde året från antagandet av det här direktivet och därefter vart tredje år, rapportera till kommissionen om genomförandet av de åtgärder som avses i punkt 1.

Enligt punkt 4 skall kommissionen på grundval av de uppgifter som medlemsstaterna tillhandahåller, lämna en rapport till Europaparlamentet och rådet om tillämpningen av punkt 1, med beaktande av marknadsutvecklingen och den tekniska utvecklingen.

I artikel 3g fastställs krav i anslutning till tillhandahållande av audiovisuell marknadskommunikation. Det bör noteras att bestämmelsen gäller audiovisuell marknadskommunikation som framställs i samband med såväl linjära som icke-linjära tjänster. Till artikeln överförs bestämmelserna i artiklarna 12, 13 och 16 i det gällande direktivet.

Enligt artikeln skall medlemsstaterna se till att audiovisuell marknadskommunikation som tillhandahålls av företag inom deras jurisdiktion uppfyller följande krav:

- a) Den audiovisuella marknadskommunikationen måste vara klart identifierbar som sådan. Audiovisuell marknadskommunikation i form av smygreklam är förbjuden.
- b) Den audiovisuella marknadskommunikationen får inte använda subliminal teknik.
- c) Den audiovisuella marknadskommunikationen får inte
  - i) diskriminera någon på grund av ras, kön eller nationalitet,
  - ii) angripa religiös eller politisk övertygelse,
  - iii) uppmuntra ett beteende som är skadligt för hälsa eller säkerhet,
  - iv) uppmuntra ett beteende som är skadligt för miljön.
- d) Det är förbjudet med alla former av au-

diovisuell marknadskommunikation för cigaretter och andra tobaksvaror.

e) Audiovisuell marknadskommunikation för alkoholhaltiga drycker får inte vara riktad till minderåriga och får inte uppmuntra överkonsumtion av sådana drycker.

f) Audiovisuell marknadskommunikation får inte orsaka moralisk eller fysisk skada hos minderåriga. Därför får den inte direkt uppmåna minderåriga att köpa en produkt eller tjänst genom att utnyttja deras oerfarenhet eller godtrogenhet, direkt uppmuntra dem att övertala sina föräldrar eller någon annan att köpa en vara eller tjänst som ingår i reklamen, utnyttja det speciella förtroende minderåriga hyser för föräldrar, lärare eller andra personer eller utan skäl visa minderåriga i farliga situationer.

I artikel 3h ingår bestämmelser om audiovisuella medietjänster som sponsras eller innehåller produktplacering. Till artikeln överförs i sak bestämmelsen i artikel 17 i det gällande direktivet, men med vissa preciseringar och tillägg i anslutning till ordalydelsen samt vissa tillägg som gäller produktplacering. Artikeln tillämpas på såväl linjära som icke-linjära tjänster.

Enligt punkt 1 skall audiovisuella medietjänster som sponsras eller innehåller produktplacering uppfylla följande krav:

- a) Programläggningen, i förekommande fall, och innehållet för sådana audiovisuella medietjänster får under inga förhållanden påverkas på ett sådant sätt att det inverkar på ansvaret och det redaktionella oberoendet för leverantören av medietjänster.
- b) De får inte direkt uppmuntra till inköp eller förhyrning av varor eller tjänster, särskilt inte genom särskilda säljfrämjande hänvisningar till dessa varor eller tjänster.
- c) Tittarna måste tydligt informeras om att det existerar ett sponsorsavtal eller att produktplacering pågår. Sponsrade program skall tydligt kunna identifieras som sådana genom att sponsorns namn, logotyp eller eventuell annan symbol (som en hänvisning till sponsorns produkt(er) eller tjänst(er) eller något annat kännetecken) visas på lämpligt sätt i början av programmet, under programmet och/eller i slutet av programmet. Program som innehåller produktplacering måste identifieras på lämpligt sätt i början av pro-



grammen för att undvika all osäkerhet hos tittaren.

Enligt punkt 2 får audiovisuella medietjänster inte sponsras av företag vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av cigaretter och andra tobaksvaror. Audiovisuella medietjänster får inte innehålla någon produktplacering av tobaksvaror eller cigaretter eller produktplacering från företag vars huvudsakliga verksamhet är tillverkning eller försäljning av cigaretter och andra tobaksvaror.

Om företag, vars verksamhet omfattar tillverkning eller försäljning av medicinska produkter och medicinsk behandling, sponsrar audiovisuella medietjänster, får denna sponsring enligt punkt 3 främja företagets namn eller anseende, men inte särskilda medicinska produkter eller medicinska behandlingar som är tillgängliga endast efter ordination i den medlemsstat under vars jurisdiktion leverantören av medietjänster hör.

Enligt punkt 4 får nyhets- och samhällsprogram inte sponsras och skall inte innehålla någon produktplacering. Audiovisuella medietjänster för barn och dokumentärer får inte innehålla någon produktplacering.

Bestämmelserna i *artikel 6* om hur europeiska produktioner skall definieras revideras delvis. Punkterna 1 a och 1 b står kvar i sin nuvarande form. Enligt den nya punkt c som föreslås avses med europeiska produktioner i detta kapitel samproduktioner inom ramen för avtal inom den audiovisuella sektorn som ingåtts mellan Europeiska gemenskapen och tredjeländer och som uppfyller de villkor som fastställs i vart och ett av dessa avtal.

Punkt 3 utgår och motsvaras i sak av den föreslagna punkt 1 c. I förslaget görs punkt 4 till en ny punkt 3. Artikelns nuvarande punkt 5, vilken baserar sig på samproducenters andelar och gäller ett tilläggsriterium för hur europeiska produktioner skall definieras, utgår.

*Artikel 7* i det gällande direktivet, enligt vilken medlemsstaterna skall säkerställa att programföretag inom deras jurisdiktion inte sänder biograffilmer utöver de perioder som det avtalats om med rättighetsinnehavarna, utgår. Bestämmelser om detta ingår dock i förslagets artikel 3f.2.

Till *artikel 10* fogas bestämmelser om att

TV-reklam skall vara igenkännlig samt om när enstaka reklam- och teleshoppinginslag kan tillåtas. Punkt 1 står kvar i sin nuvarande form och enligt punkten skall TV-reklam och teleshopping vara lätt igenkännliga som detta och på optiskt och/eller akustiskt sätt hållas åtskilda från andra delar av programmet. Punkt 2 revideras och enligt punkten skall enstaka reklam- och teleshoppinginslag endast förekomma undantagsvis, utom i sportprogram. För närvarande gäller undantaget även sportprogram.

Punkterna 3 och 4, i vilka föreskrivs att reklam och köp-TV inte får använda subliminalteknik och att smyg-reklam och smyg-köp-TV är förbjudna, utgår. Om detta föreskrivs dock i artikel 3g punkterna a och b i förslaget.

I *artikel 11* ingår bestämmelser om infogande av TV-reklam. När reklam och teleshopping infogas i programmen skall medlemsstaterna enligt den reviderade punkt 1 se till att detta inte påverkar programmets integritet eller rättighetshavarnas rättigheter.

Enligt punkt 2, som för närvarande är punkt 3, får sändning av filmer producerade för TV (med undantag för TV-serier, program med lätt underhållning och dokumentärer), biograffilmer, barnprogram och nyhetsprogram avbrytas av reklam och/eller teleshopping en gång varje 35-minutersperiod. Ingen reklam eller teleshopping får infogas i sändningar från religiösa ceremonier.

I förslaget utgår den punkt som för närvarande är punkt 2, varför det efter revideringen i program som på grund av sin struktur har så kallade naturliga pauser, såsom till exempel sportprogram, får infogas reklam även på andra ställen än i dessa pauser.

Punkt 4, enligt vilken en period om minst 20 minuter skall förflyta mellan reklaminslagen i ett program, utgår. Efter revideringen är det således endast den ovan nämnda regeln om 35 minuter som gäller infogande av reklam.

Punkt 5, vilken föreskriver om infogande av reklam i religiösa program, nyhets- och aktualitetsprogram, dokumentärer och barnprogram, utgår.

*Artiklarna 12, 13, 16 och 17*, vilka reglerar innehållet i TV-reklam och teleshopping, förbudet mot reklam för cigaretter och to-

baksvaror, skyddet av minderåriga i samband med TV-reklam och kraven gällande sponsrade TV-program, utgår. Om detta föreskrivs dock i artikel 3g punkterna c, d och f samt i artikel 3h i förslaget.

*Artikel 18*, i vilken det bestäms om maxgränsen för hur långa reklaminslagen får vara, revideras. Enligt punkt 1, som för närvarande är punkt 2, får andelen korta reklamformer, som reklaminslag och teleshoppinginslag, inte överstiga 20 % en given timme mellan hela klockslag. Artikelns nuvarande punkt 1 utgår, varvid den dagliga maxgränsen för reklam inte längre regleras.

Enligt punkt 2 är punkt 1 inte tillämplig på programföretagets meddelanden som rör dess egna program och produkter med direkt koppling till dessa program, sponsorsmeddelanden och produktplacering. Enligt ordalydelsen i artikeln och definitionerna i direktivet gäller undantaget endast linjära tjänster.

Punkt 3, enligt vilken annonseringar som utövar av sändningsverksamhet gör beträffande egna program eller produkter med direkt anknytning till dessa program eller officiella meddelanden och välgörenhetsuppmärksamheter som görs gratis inte betraktas som reklam i artikeln, utgår.

*Artikel 18a*, i vilken det föreskrivs om den minsta sammanhängande varaktigheten för sändningsblock för köp-TV och deras maximala antal per dag, utgår. Artiklarna 11 och 19 i förslaget gäller dock infogande av köp-TV-inslag.

*Artikel 19* revideras och enligt artikeln skall bestämmelserna i direktivet i tillämpliga delar gälla för TV-sändningar som uteslutande ägnas åt reklam och teleshopping samt TV-sändningar som uteslutande ägnas åt egenreklam. Kapitel 3 samt artiklarna 11 (regler för infogande) och 18 (längd på reklaminslag och teleshopping) är inte tillämpliga på dessa sändningar. På så sätt tillämpas inte bestämmelser om infogande av reklam och reklamens längd i timmar samt om till exempel främjande av produktion och distribution av europeiska produktioner på dessa linjära audiovisuella tjänster.

*Artikel 19a*, i vilken föreskrivs att vissa kapitel i direktivet skall tillämpas på kanaler som är avsedda för egenreklam, utgår. Bestämmelser om detta ingår dock i artikel 19 i

förslaget.

*Artikel 20* revideras delvis. Enligt artikeln får medlemsstaterna utan att det påverkar tillämpningen av artikel 3, med vederbörlig hänsyn till gemenskapens lagstiftning, fastställa andra villkor än de som fastställs i artikel 11.2 och artikel 18 när det gäller sändningar som uteslutande är avsedda för det nationella territoriet och som inte kan tas emot, direkt eller indirekt, av allmänheten i en eller flera andra medlemsstater och när det gäller sändningar som endast når en obetydlig andel av tittarna.

*Artikel 22a*, i vilken uppammande av hat förbjuds, utgår. Bestämmelser om detta ingår dock i artikel 3e i förslaget.

*Artikel 22b*, i vilken det föreskrivs om kommissionens skyldigheter i fråga om undersökningsarbete, utgår som obehövlig.

*Artikel 23a*, som gäller direktivets kontaktkommitté, ändras terminologiskt så att ordet "TV-utsändningar" i punkt 2 e ersätts med "audiovisuella medietjänster".

*Artikel 23b* är ny och enligt punkt 1 i artikeln skall medlemsstaterna garantera de nationella tillsynsmyndigheternas oberoende och se till att de utövar sina befogenheter på ett opartiskt och öppet sätt. Enligt punkt 2 skall de nationella tillsynsmyndigheterna förse varandra och kommissionen med den information som är nödvändig för tillämpningen av bestämmelserna i det här direktivet. Målet med artikeln är att garantera att tillsynsmyndigheterna är fristående från medlemsstaternas regeringar och från leverantörerna av audiovisuella medietjänster, så att de kan utföra sitt arbete på ett opartiskt och öppet sätt och bidra till mångfalden.

*Artiklarna 25 och 25a*, vilka gäller genomförande och ytterligare granskning av direktivet, utgår. Direktivets ikraftträdandebestämmelse har infogats i artikel 4 i det föreslagna ändringsdirektivet.

*Artikel 26* revideras. Enligt artikeln skall kommissionen, senast den [...] och därefter vartannat år, lämna en rapport till Europaparlamentet, rådet och Europeiska ekonomiska och sociala kommittén om genomförandet av detta direktiv i dess senaste lydelse och, om nödvändigt, utarbeta ytterligare förslag för att anpassa det till utvecklingen i fråga om audiovisuella medietjänster, särskilt mot bak-

grund av den senaste tekniska utvecklingen och sektorns konkurrenskraft.

#### Artikel 2

Genom förslaget till artikel 2 i ändringsdirektivet ändras förordning (EG) nr 2006/2004 på följande sätt: Punkt 4 i bilagan ”Direktiv och förordningar som omfattas av artikel 3a” till förordningen skall ersättas med följande:

”4. 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: Artikel 3g-3h och artiklarna 10-20. Direktivet senast ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv .../.../EG.”

#### Artikel 3

Enligt förslaget till artikel 3.1 i ändringsdirektivet skall medlemsstaterna sätta i kraft de lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast den [...]. De skall genast överlämna texterna till dessa bestämmelser till kommissionen tillsammans med en jämförelsetabell för dessa bestämmelser och bestämmelserna i detta direktiv.

När en medlemsstat antar dessa bestämmelser, skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

Enligt punkt 2 skall medlemsstaterna till kommissionen överlämna texten till de centrala bestämmelser i nationell lagstiftning som de antar inom det område som omfattas av detta direktiv.

#### Artikel 4

Enligt artikeln träder direktivet i kraft dagen efter det att det har offentliggjorts i Europeiska unionens officiella tidning.

#### Artikel 5

Enligt artikeln riktar sig direktivet till medlemsstaterna.

### 3. Konsekvenser för lagstiftningen i Finland

Kommissionens förslag har konsekvenser för lagstiftningen i Finland. Det gällande televisionsdirektivet har i huvudsak införlivats med den finska lagstiftningen genom lagen om televisions- och radioverksamhet (744/1998). Som en följd av att direktivet ändras bör lagen granskas genomgående, till exempel vad gäller bestämmelserna om tillämpningsområde, definitioner och reklam. Till exempel bestämmelsen om rätten att sända korta nyhetsinslag bör tas in i lagen som en ny bestämmelse. Direktivförslaget påverkar dock inte till exempel koncessionsregleringen.

Den gällande lagen om televisions- och radioverksamhet förbjuder inte produktplacering och innehåller inte heller några andra bestämmelser om produktplacering. Huruvida fall av produktplacering är lagenliga eller lagstridiga bedöms för närvarande utifrån kriterierna för smygreklam. Enligt direktivförslaget bör bestämmelser om produktplacering tas in i lagstiftningen, men lagenligheten när det gäller produktplacering bedöms fortsättningsvis utifrån kriterierna för bedömning av smygreklam. Den föreslagna regleringen av produktplacering förutsätter en ändring av lagen om televisions- och radioverksamhet.

Kommissionens förslag kan ha konsekvenser även på lagen om yttrandefrihet i masskommunikation (460/2003) och lagen om granskning av bildprogram (775/2000). De tjänster som omfattas av den definition i direktivförslaget som gäller icke-linjära audiovisuella medietjänster hör också till tillämpningsområdet för lagen om tillhandahållande av informations samhällens tjänster (458/2002) och det är möjligt att bestämmelserna i denna lag måste justeras. Direktivförslaget påverkar varken medlemsstaternas rätt att finansiera allmännyttig rundradioverksamhet eller hur skyldigheten att tillhandahålla allmännyttig verksamhet definieras.

Det framgår inte tydligt av direktivförslaget

om det är tänkt att speltjänster med audiovisuellt innehåll skall omfattas av tillämpningsområdet för direktivet. Av denna anledning är det svårt att i detta skede bedöma förslagens konsekvenser för bestämmelserna i lotterilagen (1047/2001).

#### 4. Ålands behörighet

Enligt 18 § 20 punkten i självstyrelselagen för Åland (1144/1991) har landskapet lagstiftningsbehörighet i fråga om postväsendet samt rätt att utöva rundradio- och televisionsverksamhet inom landskapet med de begränsningar som följer av 27 § 4 punkten.

#### 5. Ekonomiska konsekvenser

Förslaget har inga konsekvenser för statsökonomi. Andra ekonomiska konsekvenser på grund av förslaget kan ännu i detta skede inte uppskattas.

#### 6. Grund för behörighet

Förslaget grundar sig på artikel 47.2 och artikel 55 i fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen.

#### 7. Statsrådets ståndpunkt

Statsrådet anser det vara viktigt att televisionsdirektivets olika delar granskas på nytt och att de olika artiklarna uppdateras så att de står i rätt förhållande till kraven från kommunikationsmiljön, som hela tiden utvecklas och förändras. Direktivets centrala principer är dock enligt statsrådets åsikt fortfarande relevanta. Statsrådet stöder målet att minska den reglering som hör till området för direktivet.

Enligt förslaget utvidgas direktivets tillämpningsområde till att gälla även icke-linjära audiovisuella tjänster. Förslaget låter dock frågan om vilka tjänster regleringen i praktiken skulle gälla förbli oklar i viss mån. Enligt statsrådets åsikt bör direktivets tillämpningsområde inte utvidgas, om inte begreppet icke-linjär audiovisuell tjänst kan begränsas till tjänster som påminner om vanliga TV-tjänster.

För att trygga yttrandefriheten är det av

största vikt att tillämpningsområdet för bestämmelserna är definierat på ett så entydigt och exakt sätt som möjligt, även när det gäller de nya audiovisuella tjänsterna. Det att direktivets tillämpningsområde utvidgas till att gälla icke-linjära tjänster får enligt statsrådet inte innebära nya koncessions- eller anmälningsförfaranden eller skyldigheter i anslutning till insamling av information för de nationella myndigheterna.

Statsrådet anser att penningspel inte skall omfattas av direktivet. I sitt utlåtande (Sto-UU 2/2004) över kommissionens förslag till europaparlamentets och rådets direktiv om tjänster på den inre marknaden [KOM(2004)0002], nedan *tjänstedirektivet*, ansåg stora utskottet att spelverksamhet som bedrivs som lagfäst monopol inte skall ske inom ramen för tjänstedirektivet.

Enligt statsrådet bör man vid den fortsatta beredningen av förslaget fästa särskild uppmärksamhet vid det inbördes förhållandet mellan direktivförslaget och direktivet om elektronisk handel samt vid tillämpningen av dessa. Regleringen när det gäller icke-linjära audiovisuella tjänster får inte bli flerdubbel, överlappande eller motstridig.

Principen om ursprungsland är fortfarande en central grundprincip i direktivet. Vid revideringen av direktivet finns det dock orsak att uppmärksamma de problem som principen om ursprungsland orsakar vissa medlemsstater, så att en stat som tar emot en tjänst kan vidta åtgärder i situationer där det klart är fråga om missbruk. Statsrådet stöder en justering av direktivet där principen om ursprungsland bibehålls, men där man vid behov kan ingripa i fall där det klart är fråga om att mållandets lagstiftning kringgås.

Statsrådet kan godkänna att den reglering som gäller infogande av reklam ändras på det sätt som föreslås i utkastet till direktiv, så att tidsbegränsningen per dag slopas. För att programutbudets integritet skall tryggas krävs det dock att begränsningarna per timme i fråga om reklam bevaras på det sätt som föreslås i utkastet till direktiv.

Statsrådet håller fortsättningsvis fast vid principen att kommersiellt material tydligt skall separeras från redaktionellt material.

Statsrådet stöder infogandet av bestämmelser om produktplacering i direktivet. I direk-

tivet skall det dock vara möjligt att klart kunna skilja åt förbjuden smygreklam och tillåten produktplacering. Enligt statsrådet är det även nödvändigt att förbjuda produktplacering i barnprogram och nyhets- och aktualitetsprogram.

Statsrådet anser det vara viktigt att främja och tillhandahålla allmänheten europeisk audiovisuell produktion och kultur. Skyldigheterna vad gäller det europeiska programutbudet bör dock inte utsträckas till att gälla icke-linjära tjänster. Främjandet av produktionen av och tillgången till europeiska produktioner får inte innebära en skyldighet för tillsynsmyndigheterna att samla in uppgifter, eftersom detta skulle kräva att nya system för registrering upprättas.

Statsrådet anser att förslaget till bestämmelse om nyttjanderätt i fråga om nyhetsbilder i princip kan understödhas. I förslaget förblir dock frågan om vilka åtgärder som krävs av medlemsstaterna när bestämmelsen skall genomföras nationellt oklar. Av förslaget framgår inte heller klart vilka kriterier det är tänkt skall tillämpas vid bedömningen av vad som är objektivt, skäligt och icke-diskriminerande när det gäller överlåtelsevillkoren. Enligt statsrådets åsikt bör direktivet preciseras på denna punkt.