

RIKSDAGENS SVAR 30/2010 rd

Regeringens proposition med förslag till lagar om ändring och temporär ändring av lagen om televisions- och radioverksamhet och om ändring av 25 b och 48 § i upphovsrättslagen

Ärende

Regeringen har till 2009 års riksmöte överlämnat sin proposition med förslag till lagar om ändring och temporär ändring av lagen om televisions- och radioverksamhet och om ändring av 25 b och 48 § i upphovsrättslagen (RP 87/2009 rd).

Beredning i utskott

Kommunikationsutskottet har i ärendet lämnat sitt betänkande (KoUB 2/2010 rd).

Beslut

Nu församlade riksmöte har antagit följande lagar:

Lag

om ändring och temporär ändring av lagen om televisions- och radioverksamhet

I enlighet med riksdagens beslut

upphävs i lagen av den 9 oktober 1998 om televisions- och radioverksamhet (744/1998) 1 §, *ändras* 2—6, 13, 16 och 19 §, 4 kap. samt 35 och 38 §, av dem 3 § sådan den lyder delvis ändrad i lag 394/2003 och i lag 1068/2007, 4 § sådan den lyder i nämnda lag 394/2003 och i lag 1251/2006, 6 § sådan den lyder i nämnda lag 394/2003, 13 § sådan den lyder i lag 1190/2005, 16 § sådan den lyder delvis ändrad i nämnda lag 394/2003, 19 § sådan den lyder delvis ändrad i lag 778/2000 och 35 § sådan den lyder i lag 1539/2001, samt

fogas till lagen temporärt en ny 12 a § som följer:

2 §

Definitioner

I denna lag avses med

- 1) *allmänheten* tittare och lyssnare som inte är utvalda på förhand eller vars antal är betydande,
- 2) *audiovisuella program* filmer, televisionsprogram, förmedling av evenemang avsedda för allmänheten eller motsvarande helheter som i huvudsak består av rörliga bilder med ljud,

3) *televisionsverksamhet* ursprunglig sändning av ett programutbud bestående av audiovisuella program avsett att tas emot av allmänheten samtidigt enligt en fastställd programtablå,

4) *beställ-TV* tjänster i form av audiovisuella program som tillhandahålls användaren på basis av en programkatalog,

5) *audiovisuella innehållstjänster* televisionsverksamhet eller beställ-TV som tillhandahålls allmänheten i ekonomiskt syfte,

6) *leverantör av audiovisuella innehållstjänster* den som väljer och organiserar innehållet i sådana tjänster,

7) *radioprogram* nyhetssändningar, diskussionsprogram, musikprogram eller andra föreställningar i form av enbart ljudsändningar, som sänds i radio,

8) *programutbud* en på förhand utvald helhet av audiovisuella program eller radioprogram,

9) *utövare av televisionsverksamhet* en leverantör av audiovisuella innehållstjänster som själv eller genom tredje parter försorg utövar televisionsverksamhet,

10) *radioverksamhet* sändning av ett programutbud bestående av radioprogram avsett att tas emot av allmänheten samtidigt enligt en fastställd programtablå,

11) *utövare av radioverksamhet* den som har ansvar för planeringen av ett i 7 punkten avsett radioprogramutbud och som sänder radioprogramutbud eller låter sända sådana genom tredje parter försorg,

12) *oberoende programproducent* en sådan producent av audiovisuella program av vars aktiekapital en enskild leverantör av audiovisuella innehållstjänster innehar högst 25 procent eller flera leverantörer av audiovisuella innehållstjänster högst 50 procent och som under de senaste tre åren har producerat högst 90 procent av sina program för samma leverantör av audiovisuella innehållstjänster,

13) *sponsring* finansiering av eller annat ekonomiskt understöd till audiovisuella innehållstjänster, audiovisuella program eller radioprogram eller radioverksamhet för att främja sponsorns försäljning av nyttigheter eller göra honom mera känd, om sponsorn inte producerar audiovisuella program eller radioprogram eller levererar innehållstjänster eller bedriver radioverksamhet,

14) *reklam* varje form av meddelande, annons eller annat budskap i televisions- och radioverksamhet, som inte utgör sponsring eller produktplacering, som i regel sänds mot betalning eller annan ersättning i syfte att främja annonsörens försäljning av nyttigheter eller göra en annonsör som bedriver ekonomisk verksamhet mera känd,

15) *teleköpsändning* televisionssändning som innehåller erbjudanden om köp eller försäljning,

16) *kommersiellt meddelande* reklam, teleköpsändning, sponsring, produktplacering eller annan marknadsföring av varor eller tjänster eller främjande av anseendet hos en fysisk eller juridisk person som bedriver ekonomisk verksamhet.

3 §

Tillämpningsområde

Denna lag tillämpas på audiovisuella innehållstjänster som levereras av en i Finland etablerad fysisk person eller sammanslutning eller stiftelse, om de kan tas emot i en eller flera stater som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet eller som är part i europeiska konventionen om television över gränserna (FördrS 87/1994), nedan Europarådets televisionskonvention, samt på vidaresändning av televisions- och radioprogram i sådana fall som avses i 38 §.

Denna lag tillämpas på radioverksamhet, om en radiofrekvens som har upplåtits av Finland eller ett i Finland beläget distributionsnät används i verksamheten.

4 §

Begränsningar av tillämpningsområdet

Med undantag av 19 och 38 § tillämpas denna lag inte på

1) verksamhet, inom vilken de audiovisuella innehållstjänsterna eller radiosändningarna kan tas emot endast i en läroanstalt, ett sjukhus, ett hotell eller i någon annan motsvarande inrättning, eller på

2) tillfällig radioverksamhet som varar högst tre månader och som förmedlas med hjälp av radiovågor som utbreder sig fritt, om den radiosändare som används i verksamheten har en strålningseffekt på högst 50 watt.

Denna lag tillämpas inte på tjänster där tillhandahållandet av audiovisuellt innehåll inte är regelbundet med hänsyn till programmets antal eller sändningarnas förekomst och där tillhanda-

hållandet inte är tjänstens huvudsakliga syfte, och inte heller på nätupplagor av tidningar och tidskrifter.

På utövandet av verksamhet som avses i 7 § 2 mom. och 3 mom. 1 och 2 punkten tillämpas inte 10 och 11 §, 13 § 1—6 mom. eller 14, 16 och 17 §.

På utövandet av verksamhet som avses i 7 § 3 mom. 3 punkten tillämpas inte 10, 11, 13 och 14 §.

5 §

Etablering

En leverantör av audiovisuella innehållstjänster har etablerat sig i Finland, om huvudkontoret finns i Finland och besluten om programtablåer eller programkataloger fattas i Finland.

Dessutom har en leverantör av audiovisuella innehållstjänster etablerat sig i Finland, om

1) huvudkontoret finns eller besluten om leverantörens programtablåer eller programkataloger fattas i någon annan stat som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet eller som är part i Europarådets televisionskonvention, och en betydande del av de anställda finns i Finland,

2) en betydande del av de anställda arbetar i flera stater som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet eller som är part i Europarådets televisionskonvention och huvudkontoret finns i Finland,

3) ingen betydande del av de anställda arbetar i någon stat som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet eller som är part i Europarådets televisionskonvention, men leverantören har inlett verksamheten i enlighet med finsk lagstiftning och utövaren bedriver ekonomiskt betydande verksamhet i Finland, eller om

4) leverantören har sitt huvudkontor i en stat som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet eller som är part i Europarådets televisionskonvention, men besluten om programtablåer eller programkataloger fattas i någon annan stat, eller om situationen är den motsatta, då

en betydande del av de anställda arbetar i Finland.

6 §

Etablering i vissa undantagsfall

En utövare av televisionsverksamhet som inte har etablerat sig i en stat som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet eller i en stat som är part i Europarådets televisionskonvention, anses ha etablerat sig i Finland, om denna använder

- 1) en satellitupplänk belägen i Finland, eller
- 2) satellitkapacitet som tillhör ett finskt företag.

12 a §

Förlängning av programkoncession

På grund av vägande skäl som sammanhänger med den sändningstekniska utvecklingen eller en ändamålsenlig användning av frekvenser kan koncessionsmyndigheten förlänga giltighetstiden högst fram till utgången av år 2016 för sådana koncessioner som ger rätt att sända televisionsprogramutbud i kanalknippe B eller C enligt punkt 1 i bilagan till statsrådets förordning om användningsplan för frekvensområden för televisions- och radioverksamhet samt för koncessionsberoende televerksamhet (680/2007).

Lika villkor ska gälla för koncessionshavarna när fortsatta tillstånd beviljas enligt 1 mom.

13 §

Överföring av koncession och förändringar i den faktiska bestämmanderätten

En koncession som har beviljats för televisions- eller radioverksamhet får inte överföras på någon annan. Koncessionen förfaller om koncessionshavaren överför den på någon annan. Koncessionsmyndigheten ska genom sitt beslut fastställa att koncessionen förfallit.

Om den faktiska bestämmanderätten i förhållande till koncessionshavaren förändras, kan koncessionsmyndigheten godkänna förändring-

en så som föreskrivs i 4 mom. eller återkalla koncessionen så som föreskrivs i 5 mom. Vad som föreskrivs ovan tillämpas också, om koncessionshavarens faktiska bestämmanderätt i förhållande till den verksamhet som koncessionen avser förändras så att koncessionshavaren inte längre kan anses vara en i 2 § avsedd utövare av televisions- eller radioverksamhet i fråga om den verksamhet som koncessionen avser.

Anmälan om sådan överföring eller förändring som avses i 1 och 2 mom. ska omedelbart göras till koncessionsmyndigheten. Koncessionshavaren kan begära ett förhandsbeslut i ärendet. Koncessionsmyndigheten ska meddela ett beslut senast inom två månader från det att anmälan eller ansökan anlände till myndigheten. Om förändringen i bestämmanderätten beror på ett företagsförvärv som enligt lagen om konkurrensbegränsningar (480/1992) ska meddelas till konkurrensverket eller enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004 om kontroll av företagskoncentrationer (EG:s koncentrationsförordning) till kommissionen, ska koncessionsmyndigheten meddela ett beslut senast inom två månader från den dag då företagsförvärsärendet har avgjorts och avgörandet har vunnit laga kraft.

Koncessionsmyndigheten kan godkänna en förändring i den faktiska bestämmanderätten, om det är uppenbart att

1) förutsättningarna enligt 10 § för beviljande av koncession uppfylls, och

2) verksamheten fortgår i enlighet med koncessionsvillkoren.

Koncessionsmyndigheten ska i ett annat fall än ett sådant som avses i 4 mom. återkalla koncessionen om det konstateras att den faktiska bestämmanderätten har förändrats.

Överföring av koncession inom en koncern mellan moderbolaget och ett dotterbolag som är helt i dess ägo betraktas inte som en sådan överföring av koncession som utgör förutsättning för att koncessionen förfaller. Koncessionsmyndigheten ska omedelbart underrättas om en sådan överföring.

Om koncessionshavaren försätts i konkurs, upphör koncessionen omedelbart att gälla.

16 §

Europeiskt programutbud

En utövare av televisionsverksamhet ska för europeiska program reservera största delen av sin årliga sändningstid, till vilken inte räknas sådan tid som har reserverats för nyheter, sportevenemang, underhållningsprogram av tävlingskaraktär, reklam, text-tv-sändningar eller teleköpsändningar.

Genom förordning av statsrådet utfärdas närmare bestämmelser om hurdana program som ska anses vara i 1 mom. avsedda europeiska program i överensstämmelse med artikel 1 i Europaparlamentets och rådets direktiv 89/522/EEG om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster).

Leverantörer av beställ-TV ska främja tillgången till europeiska produktioner i sina tjänster.

19 §

Program skadliga för minderårigas utveckling

En utövare av televisionsverksamhet ska sörja för att sådana audiovisuella program som på grund av våldsinslag eller sexuellt innehåll eller genom att inge skräck eller på något annat jämförbart sätt är ägnade att inverka skadligt på barns utveckling sänds på en tid då barn i allmänhet inte ser audiovisuella program.

Om en utövare av televisionsverksamhet sänder ett program som avses i 1 mom., ska det före sändningen av programmet anmälas att programmet är skadligt för barns utveckling. Anmälan behövs dock inte, om det under programmets hela sändningstid syns en symbol som anger att programmet är skadligt för barns utveckling.

Bestämmelserna i 1 och 2 mom. gäller dock inte sådana program vars mottagning fordrar avkodningsutrustning.

Bestämmelser om åtgärder som i fråga om beställ-TV ska vidtas för att skydda minderåriga

finns i lagen om granskning av bildprogram (775/2000).

4 kap.

Kommersiella meddelanden

21 §

Allmänna principer

Ett kommersiellt meddelande måste vara klart identifierbart som sådant.

Personer som regelbundet förekommer i nyhets- eller aktualitetsprogram får varken i bild eller ljud användas i kommersiella meddelanden.

Bestämmelser om marknadsföring som strider mot god sed finns i 2 kap. 2 § i konsument-skyddslagen (38/1978).

22 §

Placeringen av televisionsreklam och teleköp-sändningar

Televisionersreklam och teleköpsändningar ska åtskiljas från de audiovisuella programmen genom en ljud- eller bildsymbol eller genom att skärmbilden delas.

Reklam och teleköpsändningar ska placeras mellan de audiovisuella programmen. De kan dock placeras också inne i audiovisuella program, om programmets enhetlighet och värde och de rättigheter som innehavare av upphovs-rätt har inte kränks.

I program som är uppbyggda av fristående delar eller i sportprogram och i andra audiovisuella program som har pauser får reklam och teleköpsändningar placeras bara mellan delarna eller under pauserna.

Enstaka reklaminslag och teleköpsändningar är förutom i sportsändningar förbjudna.

23 §

Avbrytande av vissa audiovisuella program för reklam

Filmer, televisionersfilmer, nyhetsprogram och barnprogram som ingår i en utövers televisioners-verksamhet får avbrytas för reklam eller teleköp-sändningar en gång i varje tablålagd period på 30 minuter.

Barnprogram får dock avbrytas för reklam eller teleköpsändningar endast om programmets tablålagda längd överstiger 30 minuter.

Televisionerssändningar av religiösa evenemang får inte avbrytas av reklam eller teleköp-sändningar.

24 §

Marknadsföring av vissa produkter

Bestämmelser om reklam som gäller tobaksprodukter finns i lagen om åtgärder för inskränkande av tobaksrökning (693/1976). Bestämmelser om reklam och säljfrämjande verksamhet som gäller alkoholdrycker finns i alkohollagen (1143/1994). Bestämmelser om marknadsföring av läkemedel finns i läkemedelslagen (395/1987).

25 §

Skyddande av minderåriga

I teleköpsändningar är det inte tillåtet att uppmåna barn att ingå förbindelser om köp eller hyrning av varor eller tjänster.

Bestämmelser om marknadsföring som strider mot god sed och rikter sig till eller i allmänhet når minderåriga finns i 2 kap. 2 § i konsumentskyddslagen.

26 §

Sponsring av program och tjänster

En sponsor får inte inverka på innehållet i ett sponsrat audiovisuellt program eller radioprogram eller på innehållet i en audiovisuell inne-

hållstjänst eller på placering av program i programutbudet på ett sätt som återverkar på det ansvar som leverantören av den audiovisuella innehållstjänsten eller utövaren av radioverksamhet har eller på dennes redaktionella oberoende i fråga om programmen.

Sponsorns namn eller symbol ska anges tydligt i början eller slutet av sponsrade audiovisuella program och radioprogram.

Sponsrade audiovisuella program eller radioprogram får inte uppmuntra till att köpa eller hyra sponsorns eller en tredje parts produkter eller tjänster, genom att särskilt och reklamässigt hänvisa till dessa produkter eller tjänster eller på något annat sätt.

27 §

Förbjuden sponsring

Ett företag som huvudsakligen tillverkar eller marknadsför tobaksprodukter får inte sponsra program, audiovisuella innehållstjänster eller radioverksamhet.

Om sponsorn för ett program är ett företag vars verksamhet omfattar tillverkning eller försäljning av medicinska produkter eller medicinska behandlingar, kan företagets namn eller symbol anges i anslutning till programmet med beaktande av 26 §. I detta sammanhang får dock inte sådana medicinska produkter eller medicinska behandlingar föras fram som i Finland kan erhållas bara på läkarordination.

Nyhets- eller aktualitetsprogram får inte sponsras.

28 §

Produktplacering

Att mot ersättning placera in en produkt, en tjänst eller ett varumärke i ett audiovisuellt program (*produktplacering*) är förbjudet.

Med avvikelse från vad som föreskrivs i 1 mom. ska produktplacering vara tillåten i

- 1) biograffilmer,
- 2) filmer eller serier producerade för audiovisuella innehållstjänster,

3) sportprogram,

4) lätta underhållningsprogram.

Bestämmelserna i 2 mom. gäller inte barnprogram eller tobaksprodukter eller produkter som framställts av företag som huvudsakligen tillverkar eller marknadsför tobaksprodukter eller sådana medicinska behandlingar som i Finland bara kan fås på läkarordination.

28 a §

Rekvisita och produktvinster

Som produktplacering betraktas också gratis tillhandahållande av rekvisita eller produktvinster för att de ska ingå i ett audiovisuellt program, om de är av betydande värde.

Produktplacering som avses i 1 mom. är tillåten i andra än barnprogram.

28 b §

Genomförande av produktplacering

Vid produktplacering får inte

- a) programinnehållet eller programläggningen påverkas,
- b) anskaffning av produkter eller tjänster uppmuntras,
- c) reklamässigt eller i övrigt särskilt hänvisas till produkter,
- d) produkter otillbörligen framhävas.

Allmänheten ska tydligt informeras om att det förekommer produktplacering i ett audiovisuellt program, antingen i form av text eller genom en symbol som genomgående används av leverantörerna av innehållstjänster. Informationen ska visas i början och slutet av det audiovisuella programmet och efter varje reklamavbrott. Informationen får inte vara reklamässig.

Information om produktplacering behöver dock inte ges, om det audiovisuella programmet i fråga varken har producerats eller beställts av leverantören av innehållstjänster själv eller av ett närstående företag till en sådan leverantör och om det inte går att få fram uppgifter om produktplacering som ingår i programmet utan oskäligt besvär.

29 §

*Tidsbegränsningar för teleköpsändningar och
televisionsreklam*

Televisionsreklamens och teleköpsändningarnas längd inom en given timme mellan hela klockslag får inte överstiga 12 minuter, med undantag för kanaler på vilka endast teleköpsändningar sänds.

Vad som bestäms i 1 mom. tillämpas inte på meddelanden från en utövare av televisionsverksamhet om dennes egna audiovisuella program och produkter med direkt koppling till dessa program, sponsormeddelanden, produktplacering och sådana i 32 § avsedda sändningsblock som är reserverade för teleköpsändningar.

30 §

Markering och tidsbegränsningar för radioreklam

Radioreklam ska åtskiljas från de övriga radioprogrammen genom en ljudsymbol eller på något annat tydligt sätt.

Sändningstiden för radioreklam får inte överstiga tio procent av den dagliga sändningstiden. Reklamens längd i radiosändningar får dock under två hela timmar som följer på varandra vara sammanlagt högst 24 minuter.

31 §

Ideell och samhällelig reklam

Reklam vars syfte är att föra fram en sak eller idé eller i anknytning därtill göra annonsören mera känd eller främja en persons anseende (*ideell och samhällelig reklam*) ska åtskiljas från de audiovisuella programmen genom en ljud- eller bildsymbol eller genom att skärmbilden delas. Ideell och samhällelig reklam ska placeras mellan de audiovisuella programmen eller självständiga delar av ett program. Den får också placeras inne i audiovisuella program, om det inte kränker programmets enhetlighet och värde och upphovsrättshavarnas rättigheter. Televisionsändningar av religiösa evenemang får inte av-

brytas av ideell eller samhällelig reklam. Bestämmelserna i 19 § 1 mom. gäller i tillämpliga delar ideell och samhällelig reklam.

32 §

Sändningsblock reserverade för teleköpsändningar

Sändningsblock för teleköpsändningar ska ha en sammanhängande varaktighet av minst 15 minuter på en kanal som inte har reserverats uteslutande för teleköpsändningar.

Sändningsblock för teleköpsändningar ska tydligt kunna identifieras som sådana genom en bild- och ljudsymbol.

33 §

*Kanaler reserverade för teleköpsändningar och
säljfrämjande verksamhet*

Bestämmelserna i 19 § 1 mom. ska i tillämpliga delar iakttas i fråga om televisionskanaler som uteslutande sänder reklam, teleköpsändningar eller audiovisuella program som har anknytning till sådan säljfrämjande verksamhet som utövaren av televisionsverksamhet själv bedriver.

Bestämmelserna i 16, 17 och 22 § samt 29 § 1 mom. tillämpas inte på sådana televisionskanaler som uteslutande sänder reklam, teleköpsändningar eller audiovisuella program som har anknytning till sådan säljfrämjande verksamhet som utövaren av televisionsverksamhet själv bedriver.

35 §

Tillsynsmyndigheter

Kommunikationsverket övervakar iakttagandet av denna lag och de bestämmelser och föreskrifter som utfärdats med stöd av den, med undantag för 25 §.

Konsumentombudsmannen övervakar att 25 § iakttas. Konsumentombudsmannen kan med stöd av konsumentskyddslagen ingripa när det gäller kommersiella meddelanden som avses i

denna lag, om innehållet i sändningarna är sådan marknadsföring som är olämplig för konsumenterna. Konsumentombudsmannen kan inte ingripa när det gäller sådana reklam som avses i 31 §.

Kommunikationsverket ska vid behov samarbeta med en tillsynsmyndighet som motsvarar Kommunikationsverket i en annan stat som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet eller som är part i Europarådets televisionskonvention. I samarbetet kan ingå utbyte av information som erhållits med stöd av denna lag med tillsynsmyndigheten i en annan stat.

38 §

Avbrytande av vidaresändning

Statsrådet kan bestämma att vidaresändning av ett televisionsprogramutbud med ursprung utanför Finland ska avbrytas, om i programutbudet upprepade gånger uppenbart, grovt och allvarligt begåtts en gärning som utgör brott enligt 11 kap. 10 § i strafflagen (39/1889) eller brutits mot bestämmelserna i 19 § 1 och 2 mom. i denna

lag. Det kan bestämmas att vidaresändning av ett programutbud ska avbrytas för högst en månad.

Om den utövare av televisionsverksamhet som är ansvarig för ett televisionsprogramutbud som avses i 1 mom. har etablerat sig i någon stat som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, ska det förfarande som anges i artikel 2a.2 i direktivet om audiovisuella medietjänster iakttas när det bestäms att vidaresändningen av televisionsprogramutbudet avbryts. Om en utövare av televisionsverksamhet har etablerat sig i någon stat som inte hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, men är part i Europarådets televisionskonvention, ska det förfarande som bestäms i artikel 24.1 och 24.2 i konventionen iakttas när det bestäms att vidaresändningen avbryts.

— — — — —
Denna lag träder i kraft den 20 .
Lagens 12 a § är i kraft till och med den 31 december 2010.

Åtgärder som verkställigheten av lagen förutsätter får vidtas innan lagen träder i kraft.

Lag

om ändring av 25 b och 48 § i upphovsrättslagen

I enlighet med riksdagens beslut

fogas till 25 b § i upphovsrättslagen av den 8 juli 1961 (404/1961), sådan paragrafen lyder i lag 446/1995, ett nytt 2 mom. samt till 48 §, sådan den lyder i lag 821/2005, ett nytt 5 mom. som följer:

25 b §

— — — — —
När korta utdrag ur televisionsutsändningar används för nyhetsinslag om evenemang av stort allmänt intresse i enlighet med 48 § 5 mom., får verk som ingår i sändningen av evenemanget även ingå i nyhetsinslaget.

48 §

— — — — —
Utan hinder av bestämmelserna i 1—4 mom. får ett sändarföretag som är etablerat i en stat som hör till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet i nyhetsinslag om evenemang av stort allmänt intresse i allmänna nyhetsutsändningar efter det att evenemanget är avslutat använda korta utdrag ur televisionsutsändningar som ett

annat sändarföretag sänder med ensamrätt. Ut-
drag får användas också efter nyhetsutsändning-
en för förmedling till allmänheten på beställ-

ning. Den använda programkällan ska nämnas,
om det inte av praktiska skäl är omöjligt.

Denna lag träder i kraft den 20 .

Åtgärder som verkställigheten av lagen förut-
sätter får vidtas innan lagen träder i kraft.

Helsingfors den 6 april 2010
