

Til lovforslag nr. L 101. Betænkning afgivet af Kulturudvalget den 19. april 1995

## Betænkning

over

### Forslag til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed

(Tilnærmelse af reklamereglerne for TV 2 til udenlandske tv-selskabers vilkår)

[af Helge Sander (V), H.P. Clausen (KF) og Kim Behnke (FP) m.fl.]

Udvalget har behandlet lovforslaget i nogle møder og har herunder stillet spørgsmål til kulturministeren, som denne har besvaret skriftligt.

Endvidere har udvalget modtaget en skriftlig henvendelse fra Afholdsselskabernes Landsforbund.

Herefter indstiller et flertal (Socialdemokratiets, Socialistisk Folkepartis, Det Radikale Venstres og Centrum-Demokraternes medlemmer af udvalget) lovforslaget til *forkastelse* ved 3. behandling.

Et mindretal inden for flertallet (Socialistisk Folkepartis medlemmer af udvalget) indstiller lovforslaget til *forkastelse* bl.a. med den begrundelse, at SF ikke finder, at det er rimeligt, at Danmark skulle bevæge sig yderligere i retning af at tillade flere typer af reklamer i TV 2.

Siden 1986 er der sket adskillige lempelser i reglerne for reklameindslag i medierne. I 1989 blev det tilladt at sende reklamer i lokal-TV, og i 1990 og 1992 udvidedes TV 2's muligheder for salg af reklamer yderligere.

Argumentationen for større reklamefrihed for TV 2 er, at TV 2 er nødt til at få større frihed, for ellers går reklameindtægterne til f.eks. TV 3.

SF finder det ikke rigtigt at give TV 2 mulighed for at reklamere for øl, vin og håndkøbsmedicin.

Efter SF's opfattelse er der noget uetisk i, at formidlingen af budskaber i tv og radio skal være bestemt af reklamer for børnelegetøj, vaskepulver for slet ikke at tale om vin, øl og håndkøbsmedicin. Hvorfor skal alle danskere, som ser TV 2, belemres med reklamer for øl og håndkøbsmedicin? Er forbruget ikke stort nok af disse varer?

SF mener, det er uhyre farligt at lade reklamereglerne for TV 2 svare til TV 3's regler. Derved vil der også i TV 2's programvalg være risiko for, at der bliver skelet til TV 3's programvalg.

På denne måde kan TV 3, der fuldt ud er reklamefinansieret og ikke har nogen fastlagt public service-funktion, blive normgivende for dansk fjernsyn.

I stedet for at lade TV 3's reklameregler blive normdannende for TV 2, burde det være omvendt, hvis man i øvrigt synes, at det er fornuftigt at undgå reklamer. Det er en mulighed, som SF mener bør undersøges, jf. den omfattende og velargumenterende rapport udarbejdet af professor, dr. jur. Erik Werlauff. Her argumenteres der godt for, at dansksprogede kanaler kan underkastes dansk lovgivning, uanset hvor der sendes fra.

Derudover afviser SF lovforslaget, fordi en diskussion af eventuelle ændringer i reklamereglerne naturligt hører hjemme i forbindelse med diskussionen om »det fremtidige medielandskab«.