

Også vedrørende reklamers indhold indeholder direktivet en række minimumsregler.

Med hensyn til produkter gælder et forbud mod at reklamere for tobak og receptpligtig medicin, og der må alene under visse betingelser reklameres for alkohol.

Af generelle regler til reklamers indhold fastsætter direktivet, at reklamer ikke må underminere respekt for menneskers værdighed, at de ikke må diskriminere på grund af race, køn eller nationalitet, at de ikke må krænke personers religiøse eller politiske overbevisning, at de ikke må tilskynde til sundhedsskadelig adfærd eller adfærd i strid med sikkerheden, og at reklamer ikke må tilskynde til miljøskskadelig adfærd.

Med hensyn til beskyttelse af børn og unge bestemmer direktivet, at reklamer ikke må forårsage fysisk eller psykisk skade på mindreårige, og at reklamer med henblik på beskyttelse af mindreårige skal være i overensstemmelse med følgende kriterier; de må ikke direkte tilskynde mindreårige til køb ved at udnytte deres naturlige godtroenhed, de må ikke direkte tilskynde mindreårige til at overtale forældre eller andre til køb, de må ikke udnytte mindreåriges særlige tillid til forældre, lærere eller andre personer, og de må ikke uden grund vise mindreårige i farlige situationer.

2.7.1.3 Den foreslåede ordning

Lovforslaget indeholder to afgørende nye forslag på reklameområdet. Det første er, at det under visse betingelser tillades at afbryde sportsprogrammer og programmer af begivenheder med indbyggede pauser, såsom teaterforestillinger, med reklameblokke. Det andet er, at det, under visse betingelser, tillades at reklamere for alkohol og ikke-receptpligtig medicin.

Baggrunden for forslagene er, at der bliver en stadig mere betydende forskel mellem de nuværende danske regler om reklame, og de regler som gælder i hovedparten af de øvrige EU-lande. Forskellen medfører, at kommercielle foretagender, som ønsker at rette programmer til det danske marked, kan opnå en konkurrencemæssig fordel ved at etablere sig udenfor Danmark, idet der i så fald vil gælde lempeligere regler med hensyn til, hvornår der kan udsendes reklamer, og hvilke produkter der kan reklameres for. Denne tendens er blevet forstærket gennem de senere år ved, at dansksprogede tv-stationer har valgt at etablere sig i Storbritannien. Forslagene vil betyde, at danske kommercielle foretagender får bedre muligheder for at konkurrere med de selskaber, som er etableret uden for landets grænser.

Det foreslås på den baggrund, at reglerne om reklame i radio og fjernsyn så vidt muligt bør indrettes i

overensstemmelse med de regler, som anvendes hos hovedparten af de øvrige EU-lande. Det foreslås derfor, at reglerne om hvilke produkter der kan reklameres for liberaliseres, således at reglerne om reklamer for produkter så vidt muligt svarer til minimumsreglerne i EF-direktivet »Fjernsyn uden grænser«.

Med hensyn til placering af reklamer foreslås der i første omgang en mindre vidtgående liberalisering af reglerne.

Udgangspunktet vedrørende reklamer i fjernsyn er herefter fortsat, at reklamer skal sendes i blokke, som skal placeres mellem programmerne. Herudover foreslås det, at der ved sportsprogrammer og lign., hvis nogle nærmere angivne betingelser er opfyldt, og hvor der forekommer pauser eller transmissioner fra begivenheder med et levende publikum såsom festforestillinger fra Det Kongelige Teater, kan sendes reklameblokke i pauserne.

Som bemærket foran i afsnittet om gældende ret har der været rejst spørgsmål om, hvilke karakteristika der kendetegner et program. På den baggrund har Kulturministeriet overvejet, om der bør foretages en nærmere præcisering af programbegrebet. Som tidligere bemærket er der ikke hidtil i hverken lov eller forarbejder taget stilling til rækkevidden af begrebet, og udgangspunktet har derfor været, at det var op til den pågældende tv-stations programansvarlige ledelse at tage stilling til, hvornår der er tale om et program. Ministeriet har på denne baggrund afstået fra at tage stilling til, hvornår der var tale om et program eller ej. Baggrunden for ministeriets tilbageholdenhed har især været båret af, at en definition eller en nærmere beskrivelse af begrebet samtidig vil betyde en begrænsning af de redaktionelle overvejelser, som naturligt må foregå på enhver tv-station, samt at en nærmere ministeriel redegørelse højst sandsynligt ville koncentrere sig om varighed eller type, hvilket må anses som åbenbart uhensigtsmæssigt. Selv om ministeriet således er af den opfattelse, at den hidtidige praksis om, at spørgsmålet afgøres af den programansvarlige ledelse, bør videreføres, bemærkes det, at f.eks. en spillefilm eller en film produceret til fjernsyn naturligt må betragtes som ét program ligesom de enkelte afsnit i en tv-serie også må betragtes som et program. Det vil således ikke være i overensstemmelse med intentionerne bag loven at opdele et indkøbt eller produceret afsnit i flere dele. Med hensyn til andre typer af programmer må det bero på en nærmere konkret og skønsmæssigt præget vurdering, hvori bl.a. indgår programmets art, karakter, forløb og naturlige omfang.