

»Ifølge reklamebekendtgørelsens § 4 må reklamer i fjernsyn kun udsendes i blokke, der skal placeres mellem udsendelserne. Der er ikke nogen definition af begrebet en udsendelse i radio- og fjernsynsloven eller i reklamebekendtgørelsen, hvilket bl.a. medførte, at Radio- og tv-nævnet i sin afgørelse af 19. marts 2002 tilkendegav, at stationen kunne producere – eller lade producere – også meget korte programmer. For så vidt angår indkøbte serier, såsom Temptation Island fandt nævnet at kunne acceptere, at stationen udøver et passende skøn i henseende til længden.

Radio- og tv-nævnet har dermed accepteret, at stationerne har en ganske bred margin, når det drejer sig om længden af egenproducerede/-bestilte programmer.

Den generelle opdeling af en række indkøbte serier og programmer, som TvDanmark 2 har foretaget siden Radio- og tv-nævnets afgørelse af 19. marts 2002, indebærer en overtrædelse af reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1, og det pålægges stationen at ophøre med den beskrevne praksis.«

På baggrund af at Kulturministeriet har sendt et udkast til en ny radio- og fjernsynslov, der forventes fremsat i oktober 2002, til høring, hvori det i bemærkningerne præciseres, hvad der forstås ved en udsendelse, agter Radio- og tv-nævnet ikke for nærværende at foretage sig yderligere. Nævnet vil dog fortsat følge udviklingen, navnlig efter 1. januar 2003, hvor den nye lov forventes at træde i kraft.«

Som det således fremgår af den indhentede udtalelse, har Radio- og tv-nævnet den 28. august 2002 truffet afgørelse om, at den opdeling som TvDanmark 2 foretager i de forelagte tilfælde, er i strid med reklamebekendtgørelsens § 4, stk. 1. På den baggrund forventer jeg naturligvis, at det pågældende foretagende indretter sig i overensstemmelse med indholdet af afgørelsen.

Jeg henviser endvidere til, at jeg i forbindelse med det udkast til en ny radio- og fjernsynslov, som for nylig har været udsendt til høring, har fremført en række bemærkninger om denne problemstilling.

### Spm. nr. S 6

Til kulturministeren (1/10 02) af:

**Jytte Wittrock (S):**

»Vil ministeren definere, hvornår der er tale om programmer for at skabe klarhed i diskussionen om afbrydelser af programmer og opdeling af et og samme afsnit til flere blokke?«

### Begrundelse

Paragraf 4, stk. 1 i bekendtgørelse om reklame og sponsorering i radio og tv: »I fjernsyn må reklamer kun udsendes i blokke, der skal placeres mellem udsendelserne«.

### Svar (11/10 02)

**Kulturministeren (Henriette Kjær, fg.):**

I det lovforslag, som jeg forventer at fremsætte for Folketinget ultimo oktober måned 2002, findes en diskussion af den problemstilling, som bliver berørt i det stillede spørgsmål.

Af udkastet til lovforslaget fremgår det således, at det ved vurderingen af om en reklameblok er placeret korrekt er afgørende, hvordan »programmer« fortolkes. Hverken i radio- og fjernsynsloven eller i dens forarbejder er der imidlertid taget stilling til dette fortolkningsspørgsmål. Det er derfor som udgangspunkt tv-stationens programansvarlige ledelse, som ved programlægningen afgør, hvad der er et program, og dermed om der er tale om et eller flere programmer. Ministeriet har på denne baggrund afstået fra at tage stilling til, hvornår der var tale om et program eller ej.

Som det fremgår af spørgsmål 5 og min besvarelse deraf, har der været nogen debat og problemstilling i tilknytning til den praksis, som Kulturministeriet gennem længere tid har anlagt med hensyn til programbegrebet. På den baggrund har jeg, i forbindelse med udarbejdelsen af lovudkastet, nøje overvejet, om der bør foretages en nærmere præcisering af programbegrebet. Grunden til den anlagte tilbageholdenhed har imidlertid især været båret af, at en definition eller en nærmere beskrivelse af programbegrebet samtidig vil betyde en begrænsning af de redaktionelle overvejelser, som naturligt må foregå på enhver tv-station, samt at en nærmere ministeriel afgrænsning højst sandsynligt vil koncentrere sig om varighed eller type, hvilket