

Forslag til lov om ændring af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed. (Sponsorering m.v.).

Af kommunikationsministeren (Torben Re-chendorff).

(Fremsat 17/1 90).

Lovforslaget sættes til forhandling.

Forhandling

Helge Mortensen (S):

Dette forslag er en rigtig hybrid. De to første punkter i forslaget drejer sig om hybridnettet, og forslaget hviler på et forlig imellem de partier, der står bag hybridnettsaftalen.

Det drejer sig om, at lokalradio og -tv kan sendes lidt længere ud gennem hybridnettet, og der er samtidig et løfte om, at de radioer, der sender i det pågældende område, altid vil være til stede i hybridnettet. Den del af lovforslaget kan vi tilslutte os.

Men nu er det jo kombineret med sponsoring, og jeg vil gerne benytte lejligheden til at sige, at jeg synes, det er uhensigtsmæssigt, fordi det kan komme til at stille os i den situation, at vi enten skal stemme for forslaget, fordi vi føler en vis forpligtelse over for forliget, og dermed acceptere ministerens forslag om sponsorering, eller også skal vi stemme imod forslaget og dermed tage afstand fra sponsoreringsreglerne. Og det ville nok være det sidste, der blev tilfældet, hvis vi skulle vælge, som reglerne er udformet i dag.

Om sponsoreringsforslagene vil jeg sige, at vi i Socialdemokratiet jo ikke går med lukkede øjne og døde øren, og det er en fordel, når det drejer sig om radio og fjernsyn. Derfor må vi konstatere – uanset at jeg synes, vi har kommercialiseret vores medier nok – at der i udstrakt grad finder en indirekte påvirkning sted i programmerne. Det gør der i lokalradio, det gør der i lokal-tv, og det gør der også, vil jeg vove at påstå, i udstrakt grad i TV 2.

Det stiller mig i den situation, at jeg faktisk ønsker, at vi igennem en lovgivning regulerer dette sådan – og det mener jeg er et helt fundamentalt krav – at lyttere og seere er klar over, hvornår de modtager et reklamebudskab, og hvornår de ikke modtager et reklamebudskab. Det køres i dag sammen i et syndigt rod.

Jeg kan godt huske, da forligspartierne bag TV 2-loven sagde, at vi aldrig ville få de tilstan-

de i Danmark. Vi er kommet dertil, og hvad sagde vi? Ja, det kan vi lade ligge ved denne lejlighed.

Men der er ét forhold, hvor vi ikke kan følge ministeren. Det er i den meget generelle udlægning, der er her, fordi vi ønsker, at Danmarks Radio både på tv-siden og radiosiden forskånes for at tvinges ud i at skulle hente sponsorpenge til deres programmer og dermed komme ind i den samme udvikling, det samme virvar imellem, hvad der er kommercielle interesser, og hvad der er programmæssige interesser. Dette synspunkt er det bærende i forhold til dette forslag.

Jeg vil gerne give udtryk for, at denne sammenblanding også er uheldig på en anden måde. Jeg synes, at det er helt afgørende, at vi får lejlighed til at diskutere forslaget både med hensyn til dets teknik og med hensyn til dets princip – og måske navnlig dets princip – i forbindelse med finansieringsdrøftelserne om TV 2 og Danmarks Radio. I betragtning af at forligspartierne i november måned var enige om, at vi skulle lave nogle 3-årige budgetter for TV 2 og Danmarks Radio, ville det vel nok være rimeligt, at vi i det mindste også afventede disse forhandlinger og tog dette spørgsmål med ind i de samlede finansieringer for de to medier. Men allerhelst havde jeg set, at ministeren havde reserveret denne diskussion til den mere principielle mediedrøftelse, vi får ved revisionen af TV 2-loven i næste samling.

Per Stig Møller (KF):

Jeg synes ikke, hr. Helge Mortensens bemærkninger skal gå ukommenteret hen, selv om det er sent fredag, for jeg synes nemlig ikke, at hr. Helge Mortensen har noget som helst belæg for at sige, at lytterne og seerne ikke længere kan være klar over, hvornår de modtager et reklamebudskab.

Det er klart fordelt, hvornår der er reklame, og hvornår der ikke er reklame. Der er ikke nogen, der med rette har kunnet hævde, at man ikke har fri programvirksomhed i Danmark, og der er ikke nogen, der med rette har kunnet hævde, at Danmarks Radio og TV 2, som blev nævnt her, har ligget under for reklamevirksomhed og har smuglet reklamebudskaber ind i deres løbende programvirksomhed.

Jeg synes, det er en påstand, som er meget alvorlig, for hr. Helge Mortensen har faktisk sagt,