

Selv om disse regelsæt alene vedrører fjernsynsvirksomhed, foreslås det, at principperne heri også lægges til grund ved fastsættelsen af reglerne for radiovirksomhed via satellit for så vidt angår indholdet og omfanget af reklamer. For så vidt angår placering af reklameindslag foreslås det derimod, at man her fastsætter regler parallelle til de regler, der gælder for reklame i lokal radio.

De foreslåede regler vil blive uddybet yderligere i en bekendtgørelse, som vil tage udgangspunkt i de europæiske regelsæt. Der vil bl.a. indgå følgende:

- Generelle bestemmelser om, at reklamer ikke må krænke menneskelig værdighed, religiøse eller politiske overbevisninger, diskriminere, tilskynde til farlig adfærd m.v.
- At reklame for alkoholholdige drikkevarer kun kan finde sted med visse begrænsninger, herunder at reklame for alkohol ikke må tilskynde til umådeholden indtagelse af alkohol eller fremstille mådehold i et negativt lys, samt at disse reklamer ikke må rette sig specielt imod børn og unge.
- Særlige bestemmelser for reklamer, der retter sig imod børn og unge, og som sigter på at hindre udnyttelse af børn og unges manglende erfaring eller særlige tillid til forældre, lærere eller andre.

Endelig følger det af Europarådskonventionen, at det skal sikres, at der ikke fra Danmark sendes reklamer, der særligt retter sig mod en anden stat, såfremt disse reklamer har til hensigt at omgå det pågældende lands reklameregler. Der vil blive fastsat regler, som tager højde for denne bestemmelse.

For så vidt angår reklame for lægemidler er de foreslåede regler mere restriktive end de fælles europæiske regler, der alene indeholder et forbud mod reklame for receptpligtige lægemidler. Baggrunden for det foreslåede generelle forbud mod reklame for lægemidler er lægemiddellovens nuværende regler om radio- og fjernsynsreklamer, som afspejles i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed. Såfremt lægemiddellovens regler på dette område ændres, vil lov om radio- og fjernsynsvirksomhed blive ændret i overensstemmelse hermed.

#### Til § 68

Stk. 1 viderefører den gældende § 19 b, stk. 2 og stk. 4, nr. 2, samt § 19 c.

Stk. 2 indfører mulighed for tekst-tv-reklamer i lokal-tv efter de ovenfor anførte retningslinier.

#### Til § 69

Bestemmelserne viderefører den gældende § 19 b, stk. 3 og stk. 4, nr. 3, samt § 19 c, stk. 1.

#### Til § 70

Bestemmelsen viderefører § 19 d. Der vil med hjemmel i den pågældende bestemmelse ligeledes kunne fastsættes uddybende regler om tekst-tv-reklamer.

#### Til § 71 og § 72

Forslagene indebærer, at Radio- og TV-Reklame-nævnet bliver klageinstans med hensyn til indholdet af reklamer i forbindelse med udsendelser via satellit efter kapitel 8. Herudover er der foretaget visse redaktionelle ændringer af de pågældende bestemmelser.

Nævnet vil i øvrigt også være klageinstans for så vidt angår indholdet af reklamer i tekst-tv.

#### Til § 73

Det foreslås, at de gældende regler om sponsoring af radio- og fjernsynsprogrammer også finder anvendelse på de nye former for programvirksomhed via satellit og kabelanlæg. De nærmere regler for sponsoring af programmer i disse medier vil blive uddybet i en bekendtgørelse, som i det store og hele vil svare til den gældende bekendtgørelse om sponsoring af programmer i Danmarks Radio, TV 2 og lokal radio og tv (bkg. nr. 340 af 22. maj 1990). Dog vil sponsorbidrag fra producenter af alkohol, politiske partier, fagforeninger og arbejdsgiverorganisationer blive tilladt i programvirksomhed via satellit.

Med hensyn til tekst-tv foreslås det som udgangspunkt at tillade sponsoring af tekst-tv-sider efter de samme regler, som gælder for sponsoring af programmer i den ordinære programflade i de pågældende medier. Heraf følger bl.a., at der i satellit-tv vil kunne forekomme sponsorbidrag fra producenter af alkohol, politiske partier, fagforeninger og arbejdsgiverorganisationer, jf. ovenfor, ligesom det inden for lokal-tv vil være muligt at sælge sendetid i tekst-tv efter de samme regler, som idag gælder for salg af sendetid i den ordinære programflade inden for lokal-tv.

Det foreslås dog, at der indføres særlige regler for identifikation af sponsor i tekst-tv. For så vidt angår den ordinære programvirksomhed følger det af de gældende regler, at kreditering (dvs. visning af sponsors navn eller logo) skal placeres ved det sponsorede programs begyndelse eller slutning, eller begge steder. Sådanne angivelser må derimod ikke forekomme i programmet. I tekst-tv har dette ingen mening, og det foreslås derfor, at krediteringen i tekst-tv placeres på de enkelte sponsorede sider.