

[Helge Larsen.]

hvad jeg kan kalde en ny udformning af et gammelt begreb i dansk politik, det, der for hundrede år siden betegnedes som den europæiske nødvendighed. Men jeg ved ikke, om en sådan europæisk nødvendighed eksisterer i dag, og jeg siger som det ærede medlem hr. K. B. Andersen: lad os i hvert fald vente med at tage hatten af, indtil vi ser, om det er nødvendigt at gøre det.

Hvad min egen stilling angår, skal der ikke være nogen tvivl. Jeg er absolut ikke nogen tilhænger af at indføre reklame i fjernsynet; af mange grunde er jeg det ikke. Vel ved jeg, at der kan findes andre systemer for reklamering i TV end det så særlig berygtede amerikanske — også bedre systemer — men alligevel er jeg så afgjort imod det. Jeg ønsker at bevare den nugældende ordening, hvorefter Danmarks radio har sine indtægter alene fra licensbetaling. Jeg frygter meget den indflydelse, reklamering kunne få på programmerne; særlig så længe dansk TV er under opbygning — og det er jo tilfældet stadig væk — tror jeg det kan blive uhyre farligt for kvaliteten med reklameindslag. Jeg foretrækker afgjort forholdsvis korte, men kvalitetsprægede TV-programmer fremfor programmer, der udfylder den halve dag; og det kunne man jo frygte blev resultatet, hvis reklameindtægterne blev lagt til licensen. Det er vanskeligt nok for Danmarks radio at klare produktionen af de programmer, der sendes i dag, både hvad personale og navnlig pladsforhold angår. Skulle der presses flere programmer ind i forbindelse med reklame, tror jeg det i allerhøjeste grad ville svække kvaliteten af de programmer, man nu er ved at bygge op og gøre så gode som muligt.

Næsten det samme kan efter min opfattelse siges om planerne om en melodiradio. Skulle en sådan eventuelt virkeliggøres, måtte det i alle tilfælde blive som et tredje program; ellers ville det personlemæssigt, pladsmæssigt, økonomisk og programmæssigt belaste Danmarks radio så stærkt, at

det uvægerligt ville komme til at gå ud over de andre programmer. Skulle en melodiradio på et tredje program overhovedet virkeliggøres, ville det nok forudsætte, at man ventede, til TV var flyttet ud af radiohuset; før kunne der næppe blive plads dertil, og det ville formentlig også kræve så store udgifter, at den nuværende licens ikke ville være tilstrækkelig dertil.

Og så et synspunkt til i forbindelse med tanken om reklame i TV, som har været berørt i dag, men som jeg lige skal understrege: det ville, tror jeg, blive en meget alvorlig konkurrent til den danske dagspresse, ganske særlig en konkurrent til de blade, for hvilke landsaverteringen spiller en væsentlig rolle — og det gør den efterhånden for praktisk talt alle provinsbladene. Jeg tror, det vil betyde en meget alvorlig svækkelse af de eksisterende dagblades muligheder for at fortsætte, og man bør vel erindre, at reklame i TV ikke kan overflodiggøre den orientering af befolkningen, som varetages af dagspressen.

Man bør måske — og det være sagt også med henblik på forslaget fra venstre og de konservative om ændring i radioloven — også gøre opmærksom på en vedtagelse i Nordisk Råd fra mødet i Stockholm i 1959, et tidspunkt, hvor man beskæftigede sig med at undersøge muligheden af reklame i radio og TV. Der blev på det tidspunkt af kulturudvalget vedtaget en udtalelse, som lyder således: Dersom et medlemsland inden for Nordisk Råd træffer foranstaltninger til at ændre sin nuværende status med hensyn til reklame og television, bør de andre medlemslande have meddelelse om dette, før endelig bestemmelse træffes. Der kræves altså i det øjeblik, der bliver tale om en ændring af den danske lovgivning, hvorefter reklame på en eller anden måde legaliseres i Danmark, forud en forhandling med de nordiske lande, sådan at der kan blive tale om en fælles optræden. Det bør også tages med ind i overvejelserne vedrørende det forslag til ændring af radiospredningsloven, som foreligger fra venstres