

[Hølge Larsen.]

og de konservatives side. Jeg skal blot slutte med at sige, at der i mit parti er overordentlig megen skepsis over for denne ændring, men at vi er rede til i et udvalg at se på lovforslaget og forhandle hele sagen igennem.

Morten Lange: Det lovforslag, som vi behandlede for lidt siden, er for så vidt nødvendigt, også selv om vi skulle finde på at gennemføre det lovforslag, som nu er til debat. Hvis det ærede medlem hr. Harald Nielsen ikke synes, han kan indstille sig på den opfattelse, ville det have været fuldstændig naturligt, om det ærede medlem havde stemt sammen med det ærede medlem hr. Poul Møller og den i og for sig lige så højtærede kollega, jeg har i Sverige, Hugo Osvald, ved mødet i Helsinki. Efter at VK-fronten har været splittet lidt i Helsinki, synes det nu, at man efter hjemkomsten har fundet sammen igen om i fællesskab at fremsætte lovforslag om oprettelse af et kommercielt radiomonopol. Ved at gå den vej går man, så vidt jeg kan se, nøjagtigt den vej, som det ærede medlem hr. Poul Møller skildrede i Helsinki, og som hans udmærkede medforslagsstiller, det ærede medlem hr. Harald Nielsen, dengang ikke kunne tilslutte sig. Men det er jo sådan med denne udmærkede alliance i det, vi kunne kalde højreoppositionen, at den så tit bygger på modsætninger — der sker jo de særeste ting — og det er ikke så sært, når man vil prøve på at få noget til at blive til en slags politik, som i virkeligheden må stride mod sig selv, må bygge på fuldstændig modstridende opfattelser af tingene.

Det er ikke nogen hemmelighed, at befolkningen i dette land i såvel det konservative folkeparti som venstre på det seneste som for øvrigt mange gange før stærkt er gået ind for, at netop begrænsning af forbruget var det eneste, der kunne redde kongeriget Danmark fra den evige fordærvelse. Nu kan man naturligvis diskutere meget om begrænsningen af forbruget, men én ting er jeg sikker på, og det er, at de folk, der betaler for reklamen i radioen, gør det ikke ud fra interesse for forbrugsbegrænsning. Der reklameres ikke for at begrænse forbruget, men for at udvide det. Så kunne man måske endda forstå det, hvis venstre

og de konservative nøje havde lyttet til, hvad det er, man reklamerer for i Radio Mercur, og havde fundet ud af, at det er særdeles vigtige ting, som måske nok vil udvide forbruget, men som måske er nødvendige. Men har man lyttet ret meget til Radio Mercur, har man opdaget, at det, den mest reklamerer for, er chokolade, tobak og måske en enkelt bil, altså det udprægede marginalforbrug, ting, som man først anskaffer sig, når man synes, man har nogle penge til overs — nøjagtig de penge, som det ærede medlem hr. Poul Møller så varmt går ind for at få opsparet. Jeg kan med min bedste vilje ikke se andet, end at hvis de to partier vil være lidt logiske i deres opfattelse af landets skæbne, så må de med hænder og fødder sætte sig imod enhver reklamesender. Men jeg indrømmer, at så ville de komme i splid med andre af deres synspunkter, således som det så tit går.

Jeg tror faktisk, at vi i dagens diskussion om spørgsmålet, hvorvidt der skal skabes endnu en sender her i landet uden for Danmarks radios område, kan tage og se bort fra disse interessante politiske motiver — der somme tider driver venstre frem og somme tider driver det tilbage, og ligelunde med de konservative — og simpelt hen se på spørgsmålet: er der nogen som helst rimelig og fornuftig brug for en sådan sender? Hvad skal meningen være med den?

Den første betingelse, man må sætte for en sådan sender, er, at man kan regne med, at det, den sender ud bortset fra reklamer — for den skal vel ikke laves bare for reklamens skyld — har et eller andet rimeligt niveau, så man kan sige, der er mening i at fylde æteren med dens udsendelser. Nok er vi ikke så frygtelig strenge i vore krav til kvalitet herhjemme, men der skulle dog kunne siges et og andet pænt om det, der går ud. Jeg har fra tid til anden i Radio Mercur hørt programmer, der var rigtig skikkelige at høre på; der var endda noget, der var morsomt, men nu har jeg fået indtryk af, at den slags skal vi ikke vente os for meget af i fremtiden, formodentlig overhovedet ikke i reklamesenderen, for de herrer, der køber reklame, vil jo få en udpræget indflydelse på, hvad der bliver sendt ud. De skal reklamere for chokolade og alt det dér og er ikke særlig interesseret i Beethoven. Deres interesser ligger faktisk