

[K. B. Andersen.]

fjernsyn; nogle ønsker måske ikke at have det, andre har måske ikke råd til det, men vi skal huske, at de er der. Det skal radioen også, hvis den samarbejder med sig selv.

Det ærede medlem fru Hanne Budtz sagde, at jeg havde sagt noget om flere private sendere. Det er rigtigt, men jeg sagde 10-20, for det er det tal, vi skal op på, hvis det skal have nogen mening. Jeg sagde navnlig — og jeg synes, det viser den typiske forskel på det ærede medlems og mit partis indstilling —: uden kommerciel basis, medens det ærede medlems parti i modsætning til i 1959 denne gang klart slog fast, at det skal være på kommerciel basis. Det giver en væsentlig og typisk forskel. Jeg nævnedes oplysningsforbundet, universitetet, det danske akademi, o. s. v., og heroverfor står det ærede medlems forslag om ét program på kommerciel basis. Det tør siges at give en ganske væsentlig forskel.

Det, jeg sagde om reklame, var ikke sagt med henblik på Danmarks radio, men jeg er sikker på, at hvis vi overhovedet får reklameudsendelser, vil vi få disse virkninger. Det vil smitte mere eller mindre, og når vi først har fået døren på klem, tror jeg man vil sætte foden imellem, og så bliver det ikke muligt at holde dem ude.

Det, vi mener, er, at penge og profit er hverken nogen god eller nogen pålidelig målestok i kulturelle anliggender. Nu har venstre og de konservative inviteret os med til drøftelse af dette lovforslag om kommerciel udnyttelse foreløbig af radioen. Vi er principielt uenige i det grundsyn, der ligger bagved. For os er det vigtigste at få en radio af virkelig alsidighed, af virkelig kvalitet, ikke mindst i det underholdende stof. Vi tror, det bedre nås i Danmarks radio end i en privat reklamebutik. Vi tror, det er bedre, som vi har det nu, med Danmarks radio uden konkurrence med en privat reklamebutik.

Men lad os efter denne lange debat komme til udvalgsarbejdet og dér se nærmere på problemet.

Harald Nielsen: Jeg skal ikke trække debatten meget længere ud; jeg har bare et par enkelte bemærkninger at gøre.

Det ærede medlem hr. Helge Larsen gravede en gammel rekommandation fra Nor-

disk Råd op; men så vidt jeg husker, indebar den dog ikke, at andre nordiske lande kunne forbyde os at gennemføre ændringer, hvis vi havde lyst dertil, men at de pålagde os at rådføre os med dem. Det kan vi naturligvis også gøre i dette tilfælde, hvis det skulle være nødvendigt.

Den højtærede minister for kulturelle anliggender udtalte, at han havde fundet det ubehageligt at høre mig tale om lovforslaget, når han tænkte på, hvad jeg havde stemt for i Nordisk Råd. Det forstår jeg overhovedet ikke. Fordi man stemmer for en rekommandation, der opfordrer de nordiske regeringer til at træffe foranstaltninger til at skaffe den internationale konvention, de har tiltrådt, respekteret, indebærer det dog ikke, at man er forpligtet til at stemme for og tale for og slutte sig til en hvilken som helst foranstaltning.

Nu er ministeren kommet med et lovforslag, som jeg i det hele taget tvivler på er egnet til at føre til målet. Det stiller jeg mig meget tvivlende over for ligesom over for, om det er muligt fra dansk side at lovgive om internationale farvande og få det, vi vedtager, respekteret. Men det var det forrige punkt på dagsordenen, det skal jeg ikke fortælle mig i.

Det ærede medlem hr. K. B. Andersen siger, at vi åbenbart er bange for, hvad der er i lovforslaget. Det er mig ganske ubegribeligt, at nogen kan få den opfattelse. Vi har ligesom i 1959 været tilhængere af udsendelser på privat basis, på koncessionsbasis. Det er vi fremdeles. Den eneste ændring, vi ønsker, er jo, at det behov for reklame i æteren, som der vitterlig er, må overtages af en kommerciel sender og ikke varetages af Danmarks radio. Det er det centrale i det, vi her behandler.

Jeg føler mig aldeles overbevist om, at hvis man stadig opretholder det standpunkt, at der ikke fra dansk side på legal måde må sendes reklamer ud i æteren, vil der dukke sendere op, som er i strid med vor konvention, eller man vil tvinge danske annoncører til at annoncere i tysk fjernsyn eller i andre landes fjernsyn, og det kan vi dog ikke være interesseret i. Der er et behov for reklame i æteren. Vi kan synes om det, vi kan beklage det, vi kan se de vanskeligheder, det medfører, men skal vi bringe ordnede forhold til veje herhjemme, tror jeg det bliver nød-