

[Poul Dam.]

Man har talt om licenssystemer og om statsfinansiering eller reklameindtægter. Jeg behøver ikke gentage, at vi fra SF's side ikke er tilhængere af en reklamefinansiering. Vi tror dels ikke på, at der er penge nok i sagen, dels er erfaringerne fra så at sige alle lande, hvor man har reklamefinansiering, så ringe med hensyn til programmernes sammensætning og indhold, at det ikke er nogen vej at betænde. Vi har tidligere været stærkt interesseret i en statsfinansiering. Vi er blevet lidt mere bekymrede, efter at vi ser i øjnene, at denne stat kan blive behersket af folk, som har meget lidt sans for at give penge til formål af denne art. Og selv om man ikke skal lade sine synspunkter bestemme af den slags mareridt, så er det måske ikke tiden lige i øjeblikket at gå i lag med en egentlig statsfinansiering.

Der er under ordtalet af styrelsesproblematikken også blevet talt en hel del om, at Danmarks radio er et monopol. Det er efter min mening en rent formalistisk betragtning. Det, der er afgørende for, om dette monopol udformes på den ene eller den anden måde eller benyttes på den ene eller den anden måde, er jo spørgsmålet om, hvordan den sociale struktur er i hele samfundet. Hvis den sociale struktur er monopolistisk eller ensretningspræget, så er det såmænd flintrende ligegyldigt, om det er én organisation eller to organisationer eller tre, eller hvor mange det nu er; så vil det være de samme magthavere, der sidder på organerne i alle tilfælde. Den sociale struktur, forståelsen af, hvordan man bruger institutionerne, er langt væsentligere end den rent tekniske opbygning af styrelsesorganerne.

Det forekommer mig, at det helt centrale spørgsmål, også før man kan komme virkelig i lag med styrelsesproblematikken, er, hvad samfundet egentlig vil med radioen og fjernsynet. Der har i de 50 år, vi har haft Danmarks radio eller statsradiofonien, eller hvad det nu har heddet til forskellige tider, været en tilbøjelighed til at lade sig fascinere af dette kolossale apparat og dette meget spændende nye. Det har medført, at mange, både inden for og uden for Danmarks radio, er blevet tilbøjelige til at overvurdere, både hvad Danmarks radio betyder, og hvad den skal betyde. Jeg tror nok, at der i dette har været og er en stor fare for det

folkelige kulturliv. Man har svært ved i tilstrækkelig grad at tage hensyn til, at folk faktisk har mange andre ting at foretage sig og bør have mange andre ting at foretage sig, først og fremmest sådanne ting, hvor de kan være mere aktive, hvor de selv i større udstrækning kan være med til at forme deres tilværelse. Den passive aflytning, eller den aktive aflytning ved hjælp af en båndoptager, er alligevel en helt sekundær beskæftigelse for et normalt, sundt menneske.

Det er ganske vist sådan, at vi kender det, og vi ved, hvad det har ført til. Kumbel skrev i 1940 et udmærket gruk, som jeg tillader mig at citere — det står i den første gruksamling:

„De stakkels men'sker som plejer at
la deres radio løbe
og sidde fra middag
til midjenat
og labbe dens lækre søbe —
dem kræves der nu en umulighed a:
fra 21 hver eneste da
skal de sidde, o grusomme tomhed, og ha
deres sjæleliv indvendig fra.“

Og det er der jo ikke så forfærdelig meget af mere.

Danmarks radio er et kulturtilbud blandt mange andre. Så siger man, naturligvis fra fremskridtspartiets side: hvorfor spørger man ikke, hvad kunderne vil have? Nu undrer det mig, at fremskridtspartiet, som dog plejer at mene, at det har forstand på forretningsforhold, ikke ved, at man ikke på forhånd ved, hvad kunderne vil have af en ny vare. Da man i sin tid prøvede at sælge bananer i Danmark, ville kunderne heller ikke have dem, for de anede ikke, hvad bananer var. Så præsenterede man kunderne for dem, og så opdagede de, at det ville de godt have.

Radioen og fjernsynet er kommet i løbet af disse 50 år med helt nye tilbud, og dem har mennesker taget til sig eller sagt nej til, efterhånden som tilbuddene er kommet. Der har udviklet sig helt nye behov igennem dette. Man kan sige, at medieerne i betydelig udstrækning har skabt deres egne behov. F. eks. er det enorme behov, vi i vore dage har for populærmusik; skabt af radioen; det eksisterede ikke før, og det kunne selvfølgelig ikke eksistere tidligere. På en lang række andre måder har mediet skabt sit eget behov og også imødekommet