

[Ministeren for kulturelle anliggender]

ud til resten af landet, hvis det er værdifuldt nok til at komme derud.

Specielt – og det synes jeg man helt har overset både i den offentlige debat og til dels også i den debat, som foregår her – sørger vi med dette tilbud for at nå ud også til de tyndtbefolkede egne med et alternativ og et yderligere TV-tilbud, til de egne, som ellers i mange år ville være uden andre TV-muligheder.

Det er let at drøfte TV og TV-mængdetilbud i de TV-rige dele af landet, f.eks. København og Århus, hvor jeg selv kommer fra, og hvor vi allerede basker i 8–10 kanaler, eller hvor meget det nu er, hybridnettet har ført ind i hvert fald i mit hjem. Og det vil vi få mere af i løbet af sommeren. Men der er dele af landet, som i mange år ikke vil nås af andre muligheder end det TV 2, som vi nu stiller op. Også det er en meget væsentlig ting.

Og vi giver danske valgmuligheder til den danske befolkning i den egentlige sendetid om aftenen – 2 ½ time hver eneste dag.

Jeg vil også gerne understrege, at der er tale om et gennembrud i dansk TV-politik derved, at vi etablerer et TV, som med hensyn til styrelsesuafhængighed er helt nyt i dansk sammenhæng. Vi igangsætter en ny udvikling med styreformerne for en TV-kanal, som er tilpasset teknikken muligheder og de ønsker, som befolkningen har.

Endvidere åbner vi for reklamer, og det anser jeg også for væsentligt – ikke så meget for reklamernes skyld, som fordi jeg synes, det er fornuftigt, når vi nu har den pengestrøm i samfundet, som kan bruges til så mange ting, at vi også tapper noget af den til at betale for TV-produktion. Jeg tror da også, det har en anden side, for de programmer, der allerede kommer udefra, indeholder jo reklamer, og derfor er det væsentligt, at vi af hensyn til danske interesser også har TV-reklamemuligheden i det danske TV-system. Også det kommer ind.

Med alt dette regner vi med og er sikre på, at vi giver en stimulans, giver en udviklingsmulighed, til danske produktionsmiljøer, danske kreative miljøer, som får endnu en kanal at få deres produktioner ud på, både nationalt og regionalt. Det betyder et tilskud til dansk film, idet forudsætningen for overhovedet at holde en dansk filmindustri i gang er, at man får øget mulighederne for at

afsætte videoproduktioner, fjernsynsproduktioner.

Der er altså en lang række ting – og jeg kunne føje flere til – som man må understrege som overordnede målsætninger, vi nu sætter i gang med dette forslag til en kanal 2. Det synes jeg man skal starte med, inden man begynder at tale om de forskellige detaljer, for det, man skal lægge vægt på, er snarere, hvordan dette system vil komme til at fungere, og hvad det er for nogle vilkår, der er sat op for dette system, end de enkelte paragraffers indhold, som jeg skal komme tilbage til. Jeg synes, vi har haft held med formuleringerne, og der er ikke tale om her, at noget er påtvinget, for hvis man, som hr. Bilgrav-Nielsen sagde, går tilbage til mediekommissionens annaler, vil man dér se, at jeg selv var med til at konstruere noget, der ganske præcis ligner det, som nu er blevet resultatet.

Hvis man ikke tager dette nu, så siger man i virkeligheden nej til et TV 2, for det er inden for disse rammer, et TV 2 kan vedtages i det folketing, vi har, og jeg tror også i et hvilket som helst andet folketing – ellers skal der ske meget store omlægninger – som vil komme senere hen. Derfor er det en ting, man nu må tage op for alvor.

Dernæst skal jeg knytte nogle bemærkninger til de væsentligste af de ting, som har været trukket frem under debatten, og som også vedrører de overordnede synspunkter på TV 2-kanalen, som jeg har lagt frem her, og som også vil uddybe det, jeg sagde med mine indledende generelle bemærkninger.

For det første – og dér tager jeg udgangspunkt i hr. Tastesens indlæg – er jeg overbevist om, at den megen snak om reklamerne og reklamernes indflydelse på programmerne er særdeles overdrevet. Man behøver blot at gå til andre lande, hvor man har haft TV-reklamer inden for nogenlunde de samme rammer som dem, vi nu sætter op for TV-reklamerne i denne sammenhæng, og så hjælper det ikke, at man finder videokassetter frem fra kanaler, som fungerer på en anden måde.

Jeg synes, det ville være rimeligere at sammenligne med f.eks. de to tyske kanaler, som har reklamefinansiering. Man kunne for min skyld også godt sammenligne med det engelske kommercielle TV-system, der er totalt reklamefinansieret; man kunne f.eks. se på Danmarks Radios serieindkøb og se, hvor