

[Ministeren for kulturelle anliggender]

Vi får et TV 2 på et tidspunkt, hvor vi kan være sikre på, at det får den form, som nu foreligger, og ikke bliver et statsfinansieret eller på anden måde offentligt finansieret og dermed også offentligt bundet TV-system. Det er derfor, jeg taler om, at det er et af de sidste udkald for at få et sådant TV.

Vi får et TV-system, som åbner for en aktivitet i mange kreative miljøer rundt omkring, også ude i landet, ikke bare i det københavnske område. Det kan man jo negativt se derved, at hvis vi ikke får dette TV 2-forslag gennemført nu, så har vi f.eks. ikke TV-Syd, som jo er et af de eksempler, vi har på, at et TV-system som det, vi forestiller os her, sætter kreative kræfter i gang rundt omkring i landet. Dette TV-Syd vil komme til at standse med udgangen af dette år, fordi forudsætningen for dets videreførelse er, at der er en TV 2-ramme, som det kan være inden for, og det samme vil være tilfældet andre steder i landet, hvor man ikke får de udfoldelsesmuligheder, som allerede nu er undervejs.

Man vil, hvis vi ikke får et landsdækkende TV 2 som alternativ eller som parallelkanal til Danmarks Radio, svigte befolkningen i tyndtbefolkede egne, som i lang tid ikke vil få andre tilbud end Danmarks Radios ene kanal, som de har i øjeblikket – en lang række ting, som er væsentlige, og som vi må tage fat på nu, mens den internationale medieudvikling raser med en uformindsket dynamik. Hvis vi ikke foretager os noget, bliver det derfor andre lande, som kommer til at bestemme farten hos os; det er nu tid til at tage den beslutning, som vi har lagt op til.

Derfor synes jeg også, vi skal se at komme ud af den passivitet, som ligger i en række af de indlæg, der har været – mangel på vilje, mangel på mod, mangel på lyst til at tage fat nu, hvor beslutningen kan træffes.

Jeg synes, der i debatten om TV 2 – og det har været tilfældet hele tiden, og det er blevet gentaget i dag – er en lang række myter, som får lov til at eksistere, på trods af at de ikke har hold i virkeligheden.

En af dem – og ved at komme med disse bemærkninger svarer jeg mange af ordførerne – er påstanden om, at vi jo kan se rundt omkring i verden, at reklamerne langsomt breder sig, at der sker en glidning, således at man ikke kan fastholde adskillelsen mellem reklamer og program. Og så henviser man

minsandten endnu en gang til Finland som et eksempel herpå.

Sandheden om Finland, som jo er blevet brugt den ene gang efter den anden til at vise, at en sådan glidning finder sted, er jo, at der i Finland intet er sket, som har betydet en glidning. Reklamerne i Finland er i dag inden for den politiske beslutning, som blev truffet, da finsk TV begyndte at sende reklamer, dvs. da finsk TV begyndte. Det er akkurat det samme system, man har. Det er de beslutninger, som dengang blev truffet, som regulerer reklamedelen i finsk TV, og det understreger det, som er det væsentlige, nemlig at det er de politiske beslutninger, der bestemmer, hvor reklamerne skal være, og ikke reklamerne eller de firmaer og de virksomheder, som står bag ved reklamerne.

Det, danske politikere siger, når de ikke tror på dette, det er, at de ikke mener, at de selv har den samme styrke, som andre politikere har haft til at fastholde reklamerne dér, hvor de har lagt dem.

Det tyske TV har haft reklamer i så lang tid, som der har været et tysk TV. De ligger præcis i omfang og mængde og placering, som de altid har ligget. Jeg tror ikke på den glidning.

Programpåvirkningen, som man taler om, den skulle man så finde i England, hvorfra Danmarks Radio jo også køber nogle af de bedste og mest seriøse TV-udsendelser, som er produceret i det fuldt reklamefinansierede ITV i England. En lang række eksempler kan trækkes frem på disse ting.

Når man drøfter disse ting, virker det næsten, som om det er en synd at have store seertal på en udsendelse. Ja men også Danmarks Radio og Sveriges Radio og Norges Radio har da udsendelser med store seertal, selv om de ikke har reklamer. Det er dog en almindelighed, at alle TV-stationer arbejder med både små og store seertal, smalle og brede programmer, og det er ganske uafhængigt af reklamerne. Vi skulle jo nødig heller komme i den situation, at det ligesom er en synd, at det er en fejl, at nogle programmer er populære og trækker mange seere, at nogle programmer vil folk gerne se.

Vi har hos dem, der opstiller tal, og dem, der laver undersøgelser på dette område, alt for mange jeronimusser i forskerklæder, som kan stille tal sammen, der viser, at dette eller hint er en risiko, som vi løber ind i.