

[Connie Hedegaard]

Vi kan ikke forstå, hvorfor der argumenteres med, at det vil gå ud over TV 2s mulighed for at indhente reklamepenge, hvis vi får det på de lokale medier. Det er ikke de samme penge, der vil være tale om; det er ikke de samme mennesker, de to slags medier henvender sig til.

Vi mener også, at vi nu ved at vedtage en lov, der ikke bliver noget rimeligt finansieringsgrundlag for, er skyld i, at nogle kanaler kommer til at lukke, andre er nødt til at sige ja tak til en pose penge fra fagbevægelsen eller andre store organisationer, og andre må bruge urimeligt mange kræfter på at skaffe sig økonomi via bingo og banko og alle mulige andre aktiviteter. Derved ser vi altså især en risiko for, at der vil ske en monopolisering og en ensretning på lokal-tv- og -radioområdet, hvilket klart nok er imod intentionerne om alsidighed og mangfoldighed på dette område.

Vi synes, det er dybt beklageligt, at Socialdemokratiet ved sin reklamemodstand herinde i realiteten har sikret fagbevægelsen mulighed for betydelig dominans, efterhånden som konkurrenterne enten lukker eller giver op på forhånd. Det er smart, men det er ærligt talt også lidt oversmart.

Endvidere mener vi, det er umuligt at håndhæve et reklameforbud. Medierne er jo allerede fyldt med reklamer, hr. Tastesen, skjulte eller ikkeskjulte reklamer, reklamer for plader, for bøger, for film, sportsudsendelser fyldt med reklamer, virksomhedsomtale, gevinster ved bingospil osv.

Men for Socialdemokratiet er reklamer et spørgsmål om ideologi indtil videre i hvert fald. Man må jo gå ud fra, at holdningen i Socialdemokratiet må ændre sig på et eller andet tidspunkt.

Endelig skal jeg sige, at vi synes, det er interessant at læse Det Radikale Venstres betænkningssbidrag – især det, der angår afvisningen af vores ændringsforslag. Jeg vil gerne spørge hr. Bilgrav-Nielsen, om det skal forstås sådan, at hvis vi blot præciserer vores indstilling til reklamer, således at de samme regler, der nu skal komme til at gælde for reklamer i TV 2, kommer til at gælde for reklamer i de lokale elektroniske medier, vil Det Radikale Venstre acceptere det. Det synes jeg er en interessant åbning.

Til allersidst skal jeg blot sige, at Det Konservative Folkeparti ikke ønsker, at disse

lokale medier skal finansieres ved offentlig støtte. Vi har aldrig været og er ikke tilhængere af offentlig driftsstøtte, og i øvrigt er vi enige i de Radikales vurdering af de økonomiske konsekvenser, men mener også, at det er et principielt spørgsmål, ikke mindst i betragtning af at der faktisk er en udmærket og oplagt finansieringsmulighed.

Jeg kan kun slutte med at opfordre alle gode kræfter, nærradiostationerne, lokal-tv-stationerne, handelens forskellige brancheorganisationer og de fornuftige socialdemokrater, som vel trods alt må være derude et eller andet sted, til at presse på, for holdningen må jo ændres – jo før, jo bedre.

(Kort bemærkning).

Tastesen (S):

Jeg skal gøre opmærksom på, at fru Connie Hedegaard næde at modsige sig selv i denne tale. Fru Connie Hedegaard ville have ligestilling mellem de trykte medier og det elektroniske medium med hensyn til støttemuligheder. I øjeblikket er det således, at ca. ½ mia. kr. overføres i direkte eller indirekte støtte til de trykte medier fra det offentlige, fra staten. Det er nul kroner, når det gælder de medier, der vedrører lokal radio og lokalt tv.

Endvidere blev det sagt, at Det Konservative Folkeparti under ingen omstændigheder vil støtte en offentlig finansiering i denne forbindelse. Så kan man jo ikke skabe nogen parallelitet på nogen som helst måde, når man har de to standpunkter, som kommer frem i den samme ordførertale.

I øvrigt er det ikke os, der prisgiver de små handlende, købmænd osv. Aftalen om flertal for reklamer i det hele taget er et ansvar, som Det Radikale Venstre og regeringen har i fællesskab.

(Kort bemærkning).

Ingerlise Koefoed (SF):

For det første vil jeg gerne sige til fru Connie Hedegaard, at de fleste nærradiostationer ikke ønsker reklamefinansiering af deres virksomhed.

For det andet vil jeg sige, at når vi går imod reklamer, er det af kulturpolitiske grunde. Det har det været hele tiden; det var det også, da vi diskuterede TV 2. Vi sagde under