

[Behnke]

degaard vil være så venlig at anslå sådan cirka sekundprisen for en almindelig lokal-tv-station, hvor man skal have bare rimeligt kvalificerede medarbejdere og et bare rimeligt kvalificeret udbud af teknisk udstyr. Hvad bliver sekundprisen, når man kun må sende reklamer i 5 minutter?

Det savner Folketinget og de lokale tv-stationer et svar på, fordi det er det, der bliver afgørende for, om de lokale handlende kan reklamere, eller om det kun bliver de store firmaer.

Ingerlise Koefoed (SF):

Man kan vel sige om det her forslag, at det, ud over at være præget af en hel masse små ændringer, som vi egentlig ikke havde ventet nu, og som vi nok kommer til at fordybe os en del i i udvalget, har to hovedformål.

Det ene er, at kommunikationsministeren har lovet de lokale tv-stationer, at de skal få mulighed for reklamefinansiering, men at kommunikationsministeren vel nærmest har fortrudt det, institutionen kommunikationsminister engang har lovet. Man er meget bange for, at de reklamepenge, som der ikke er nær så mange af, som man engang gik rundt og troede, skal gå fra TV 2 til lokal-tv.

Derfor skal der altså indføres en meget skarp begrænsning af reklamerne i lokal-tv, som sandsynligvis kommer til at betyde, at hvis lokal-tv-stationer ikke har andet at leve af end deres reklameindtægter, får de meget svært ved at overleve. De kan næsten ingen penge få. De må ikke længere sælge sendetid, samtidig med at TV 2 skal have lov til at sende sponsorerede udsendelser, og de skal ikke have nogen form for offentlig støtte. For mange af de lokal-tv-stationer, der endnu med stort besvær eksisterer, betyder denne lov sandsynligvis det, man kalder »dybt godnat«.

Det andet formål er på en eller anden måde at trække nogle flere reklamepenge til TV 2. Jeg tvivler meget på, at en spredning på tre blokke i stedet for to har nogen særlig betydning for det. Men det er da klart, at når man samtidig indfører sponsoreringsmuligheder, giver man i realiteten mange flere reklamemuligheder, end man vil være ved på papiret. Selv om sponsorering faktisk ser anderledes ud og måske er knap så påtrængende, er det dog en slags erhvervslivsmedvirken til programmet, en slags indvirken på programmet. Det er desuden, som hr. Helge

Mortensen sagde, endnu en form for konkurrenceforvriddning over for Danmarks Radio.

Jeg synes, at det er et lidt komisk forslag, som sætter sig imellem alle de stole, det nu er muligt at sætte sig imellem. Og jeg synes, det ville være mere ærligt, hvis kommunikationsministeren rent ud ville sige, at han ikke er spor interesseret i, at lokal-tv-stationerne skal overleve, eller sige, at han er meget interesseret i, at de skal overleve, men at han ikke vil give dem reklamepenge, men til gengæld vil søge at sikre deres overlevelse ved hjælp af en eller anden offentlig støtteordning, sådan som vi i SF sammen med Socialdemokratiet tit har foreslået det.

Og så synes jeg i øvrigt, at man skulle vente med at ændre på TV 2's reklameplaceringer, indtil TV 2-loven alligevel skal revideres om kort tid. Man kunne f.eks. sige til TV 2, at de kunne prøve, om de ikke kunne klare sig med den sendetid, det egentlig i lovgivningen var beregnet de skulle have, og med de reklamepenge, de så kunne få. Det havde de kunnet lige fra begyndelsen, tror jeg, hvis de ikke havde været så naive at tro, at de kunne lokke langt flere seere væk fra Danmarks Radio ved at placere nyhedsudsendelserne præcis oven i Danmarks Radios udsendelser. Det gik modsat.

Efter at man i ledelsen af TV 2 langsomt og modvilligt har ændret sin programpolitik, sin programlægning i hvert fald, er der kommet flere seere og dermed vel også mulighed for, at reklamepengene ikke svigter fuldstændig. Så kan man sige, at man derved er kommet til at genere de regionale nyhedsudsendelser betydeligt, og at man måske endnu en gang skulle overveje, om man ikke ligesom Sverige 2 kunne tænke sig at lægge sine nyhedsudsendelser klokken 21. Så generede det hverken Danmarks Radio eller de regionalstationer, som man jo siger at man gerne vil have til at fungere, men som ikke har det så nemt med storebror TV 2 derovre i Odense.

Sponsorering må vi, som vi tidligere har gjort, da det drejede sig om Danmarks Radio, afvise. Det er som sagt endnu en mulighed for at give erhvervslivet indflydelse på programlægningen i TV 2. Jeg er enig med hr. Helge Mortensen i, at det er lidt mærkeligt, at lige efter at alle sammen her har sagt, at de ikke ønsker at lave kulturpolitik i overensstemmelse med EF-direktiver, løber de langt forud for EF-direktivet og gør faktisk lige præcis det med