

Lad mig slå fast: Enhedslisten hverken kan eller vil forhindre mennesker i at se, hvad de har lyst til. Vi er ikke modstandere af udbud og tilbud, men i den stigende konkurrence er der nogle hovedpunkter, vi mener er afgørende.

Danmarks Radio skal som den offentligt ejede og licensfinansierede tv- og radiostation sikres de nødvendige ressourcer og forspring, således at den bliver fuldt ud konkurrencedygtig i det kommende medieudbud.

Det er for os vigtigt, at høj kvalitet – masser af public og en hel del service – bliver det, som sikrer danske seere en fælles kulturel reference-ramme.

I en tid med stigende udbud gavner det ikke at skærpe konkurrencen, den økonomiske konkurrence, mellem de nationale, regionale og lokale stationer. Det er vigtigt, at vi rykker sammen og bruger ressourcerne med kløgt og omtanke.

Konkurrencen må først og fremmest skærpes med de udenlandske kommercielle stationer på kvalitet og ved brug af de danske kulturinstitutioner og vores styrke i den danske børne- og voksenfilm.

Regional- og lokal-tv er kommet for at blive og er en fast bestanddel af det danske mediebil-ede. Det giver en styrkelse af det lokale demokrati og engagement. Efter vores opfattelse må de licensfinansierede regionale stationer sikres optimale betingelser gennem en fastholdelse af deres selvstændighed, men gerne i tilknytning til den licensfinansierede og ikkekommercielle station, altså Danmarks Radio.

Vi ser med begejstring på, at de lokale tv-stationer i mindre lokale områder er opstået som et godt supplement til det øvrige mediebillede. Jeg skal blot nævne TV-Stop som et eksempel på, at mediebilledet aldrig bliver komplet.

Til gengæld står vi her med et af de helt store diskussionsemner: hvorledes løser man disse lokale tv-stationers økonomiske problemer? Det er, som om de kommercielle lokalstationer meget enøjet og uden perspektiv kun kan se flere reklamer som fremtiden.

Der er noget, der tyder på, at man har fået overbevist alle andre end Enhedslisten om, at frylleformularen hedder networking, altså at disse lokale tv skal samsende til nye landsdækkende programmer og landsdækkende reklamer. Det er jo guf for de udenlandske mediekoncerner, der hidtil er holdt ude af det danske mediemarked.

Ingen er vel så naiv at tro, at vi af den grund vil få mere lokal-tv. Den landsdækkende seerinteresse vil efter vores opfattelse kun gælde udenlandsk indkøbte discount-serier, som der jo er så rigeligt af i forvejen. Det vil også i høj grad reducere indtjeningen for TV 2.

Vi er enige i det erklærede mål om mere mangfoldighed på mediesiden og i, at denne mangfoldighed i høj grad understøttes af lokalradio og lokal-tv. Men er det ikke en offentlig opgave – eller igennem licensmidlerne vores alles opgave – at sikre denne mangfoldighed?

I en rapport, den såkaldte Prehn-Jauert-rapport, om de lokale medier foreslås en direkte støtte. Vi har i Enhedslisten foreslået en 1/3-model forstået på den måde, at staten betaler en tredjedel og kommunerne en tredjedel, og så kan man hente en tredjedel i medlemskontingenter eller andre støtteordninger. På den måde kan vi skabe et alternativ til flere reklamer og mere kommercielt radio og tv.

TV 2 skal efter vores opfattelse være den »statslige« station – hvis andre vælger den lokale kommercielle, står det dem naturligvis frit for – der har en økonomisk fordel; den får til opgave at være den kommercielle og tage konkurrencen op med udenlandske stationer, der ønsker at få andel i de begrænsede danske reklamekroner.

For os at se kan dansk mediepolitik bevæge sig i to retninger: mediet kan blive mere kommercielt og blive en egentlig industri, eller det kan anskue sin opgave som en samfundsmæssig formidlingsforpligtelse, der – hvor trist det end lyder – naturligvis også skal være bred og folkelig.

Gennem de stigende tekniske muligheder får dansk tv uden tekniske forhindringer adgang til at komme med et bredt udbud til alle befolkningsgrupper og til det, som er mediets opgave, nemlig at udfordre og berige befolkningen samt oplyse og give reel forbrugerinformation. Vi skal ikke af hensyn til kortsigtede økonomiske interesser begive os ud i at slække reklamereglerne; vi skal ikke lade småbørn blive lokket til af legetøjsreklamer, og alkohol- og medicinforbruget skal ikke op, fordi vi i en hurtig vending kan tjene et par håndøre.

De to modpoler i holdningen om fremtidens mediepolitik kan ikke og bør ikke forenes. Det er jo holdningsmæssigt bestemt. Derfor undrer det os, at det åbenbart er ved at lykkes at få strikket et forlig sammen, der forener SF og De Konservative. Det er et meget bredt forlig. Men