

kanal har noget der, så skal vi enten lægge noget, der er endnu bedre oveni, eller også skal vi lægge noget helt anderledes.

Det gør de ud fra seerhensyn, og på samme måde vil det også være på radiosiden. Det er selvfølgelig klart, at en kommerciel kanal vil tænke på antallet af reklamekroner, men at forestille mig, at man oven i f.eks. P1's Orientering fra en kommerciel stations side skulle lægge en orientering, kan jeg ikke. Men man kunne sagtens fremstille et eller andet som det ideelle, og jeg kunne også lave noget, der er mere ideelt end det, jeg har været med til at lave. Men i politik er det jo ikke sådan, at det, jeg synes, er ideelt, er der flertal for. Det er derfor, jeg laver nogle aftaler med andre partier, med regeringspartierne, med Centrum-Demokraterne, i enkelte situationer har jeg også lavet nogle med Venstre, og sådan er politik også.

Jeg kan godt lave noget, der er mere ideelt end det, der ligger her, men politik er jo ikke kun, at man skal lave det ideelle.

Lige til hr. Kim Behnke: Det er jo ikke, fordi jeg vil genere Danmarks Radio specielt, men det er jo, fordi jeg lægger meget vægt på, at i det omfang, der overhovedet kan holdes et eller andet stringent omkring Danmarks Radios frihed for reklamer, så vil jeg det gerne. Det er klart, det kan jeg ikke holde stringent, fordi der optræder nogle ulogiske ting. Og hr. Kim Behnke har da ret: Hvor er grænsen henne? Hvor er logikken henne? For hvis man fortsætter ad den vej – og jeg giver hr. Kim Behnke ret i, at der også skulle tillades reklamer på Internettet – hvad er så ikke det næste? Og det næste? Og det næste? Og det næste?

Det er derfor, jeg siger, der var et skel. Tidligere var der et skel et andet sted. Så der er ikke noget med, at man kan sige, der er en entydig logik, medmindre man sagde, at Danmarks Radio overhovedet ikke måtte sælge noget som helst via reklamer.

Første næstformand (Ole Løvig Simonsen):

Hr. Poul Nødgaard som ordfører.

Poul Nødgaard (DF):

Det er et omfattende lovforslag, som Folketinget skal behandle her i dag.

I Dansk Folkeparti finder vi det uheldigt, at et for befolkningen så vitalt lovforslag vedtages med så snævert et flertal, hvor CD igen er parti- et, der leverer regeringen og Socialistisk Folke-

parti de stemmer, der er nødvendige for at få ført projektet ud i livet.

Er det så et projekt, befolkningen står og venter på for at få løst nogle påtrængende problemer? Nej, det er det ikke. Svaret må helt klart være nej. Befolkningen aner faktisk ikke særlig meget om detaljerne i det lovforslag, vi behandler her i dag.

Det første bekendtskab, som befolkningen stifter med lovforslaget, er en licensforhøjelse på fra 4,2 pct. til vel 5 pct. de næste 4 år, som forligningsperioden løber, og så tales der lidt i bemærkningerne om, at det kunne godt være, den licensforhøjelse måske kan gå lidt nedad på et tidspunkt. Det er der sikkert ikke mange der tror på.

Forhøjelsen er i realiteten, når man lægger forhøjelse oven på forhøjelser, omkring 20 pct. over de næste 4 år, og disse procentforhøjelser er i realiteten meget, meget højere end på andre områder, ligesom den lønudvikling, vi har i Danmark, næppe har en så stor procentvis forhøjelse, som den her licensforhøjelse lægger op til.

Efter disse indledende bemærkninger kan det næppe overraske nogen, at Dansk Folkeparti er kritisk over for gennemførelsen af den indgåede medieaftale.

Så vil jeg prøve at bevæge mig ind på noget af det, der for os i hvert fald er det centrale i det foreliggende lovforslag. Den fjerde landsdækkende radiokanal skal, som det hedder, være nuanceret med bl.a. klassisk musik, kultur- og debatprogrammer. Det lyder både rigtigt og godt, men en del af denne programflade varetages jo i dag i virkeligheden af program 1 og 2, sådan som også bl.a. hr. Jens Rohde gav udtryk for i sit indlæg her fra talerstolen.

Når det oplyses, at mange lyttere ikke er succeskriteriet for den omtalte kanal, så spørger man umiddelbart sig selv: Hvordan tror forligningspartierne så, at den reklamefinansierede kanal kan klare sig? Med andre ord: Hvem vil byde på en sådan kanal andre end Danmarks Radio, der formentlig har den store kasse at kunne tage af, og som jo i hvert fald ikke, som det fremgår af forslaget, må have reklamer?

Den femte næsten landsdækkende radiokanal, som det hedder, rører ved et for danskerne i forvejen meget, meget ømt punkt, idet store dele af befolkningen ikke kan se det nuværende DR 2, som de i øvrigt i forvejen betaler til, ligesom de også kommer til at betale til de to nye kanaler her.