

[Ministeren for kulturelle anliggender]

der vi ikke, at forslaget i sin helhed løser alle problemerne, men det er givetvis nyttigt, at det er genfremsat og derved holder debatten om disse spørgsmål i gang i kulturudvalget, hvor en række af delproblemerne muligvis kan finde en afklaring.

Til hr. Arne Melchior blot igen det enkelte om reklame-TV, at jeg har lidt svært ved at følge logikken i den tankegang, at den kendsgerning, at udenlandske TV-selskaber i øjeblikket i begrænset omfang, senere måske i større omfang, kan formidle både udenlandske og danske reklamer ind i Danmark, skulle nødvendiggøre, at vi ændrer dansk TV. Det er for mig ikke umiddelbart en følgevirkning. I øvrigt synes jeg, at vi ikke med rimelighed kan dreje diskussionen i retning af reklame generelt, men alene, som den har været ført, diskutere reklamens virkning på vore TV-programmer.

Så spørger hr. Arne Melchior mig, hvornår regeringen selv vil spille ud. Der er jo meget divergerende synspunkter vedrørende disse problemer, og det er problemer, der er blevet drøftet her i tinget for nylig, og der har været mange enkeltstående lovforslag, som har beskæftiget sig med enkeltområder. Det er indlysende, at vi har ønsket alle disse problemer sammenarbejdet i en fælles løsning, og vi har ønsket, at denne mediekommission skal hjælpe os dertil, så det er klart, at dens medvirken skal finde sted. Et enkelt område har jeg lyst til at nævne. Jeg ville selv meget gerne se hurtigt forbedrede muligheder for forsøgsvirksomhed med hensyn til lokalradio og lokal-TV.

Alt i alt synes jeg, at debatten har vist de kendte synspunkter, hvad ingen kan undre sig over. Jeg synes, at debatten er nyttig. Jeg tror også, det er nyttigt, at den fortsætter i kulturudvalget, og det er min forventning, at resultatet af kulturudvalgets drøftelser parallelt med en behandling af de samme problemer i mediekommissionen vil medvirke til, at disse mange spredte brikker hurtigst muligt vil samles i et fælles mønster.

(Kort bemærkning).

Nathalie Lind (V):

Jeg tager ordet, fordi jeg fæstede mig ved, at kulturministeren nævnte, at man ikke kunne give reklamen, eller måske rettere konkurrencen, skylden for, at BBC var blevet mere

interessant, mere levende de senere år, for dansk TV var jo også blevet bedre. Jeg synes, det er en noget forkert måde at vurdere tingene på, og det må skyldes, at ministeren efter min mening ikke helt har det fornødne kendskab til forholdene.

Jeg har selv haft lejlighed til at være i Home Office og diskutere med dem, der er ansvarlige for BBC, og de indrømmede, at da man begyndte med reklamefjernsynet, havde man en frygt for, at det kun ville være det, man kalder det lettere stof. Men resultatet af dette er blevet, at i takt med, at de netop mødte hinanden i konkurrence, blev BBC, der før havde været, hvad skal jeg sige, alvorlig og seriøs, og det er jo kun anerkendelsesværdigt, men måske knap så opfindsomt, for at klare konkurrencen med reklame-TV'et uhyre opfindsomt og underholdende. Samtidig skete der det, at reklame-TV'et – som vi jo også har haft lejlighed til at se i Danmark, bl.a. de meget interessante historiske redegørelser, det kommer jo næsten alt sammen fra London Thames eller en af de regionale TV-sendere – følte, at deres ære ikke kunne bære det, hvis ikke de var mindst lige så saglige som BBC. Så sammenligningen med, at BBC har udviklet sig og det har dansk TV også, synes jeg altså ikke holder ret længe.

(Kort bemærkning).

Arne Melchior (CD):

Jeg skal ligeledes nøjes med en enkelt replik til kulturministeren om reklameproblemet.

Se, hvis man ikke kan lide reklame, så kunne man nøjagtig lige så let som at forbyde det i de luftbårne medier forbyde det i den trykte presse. Hvorfor gør vi ikke det? Det er altså ikke noget forslag, jeg stiller, men jeg har heller ikke hørt det stillet. Jeg gætter også på, at det aldrig nogen sinde kommer fra kulturministerens side. Det kunne man altså gøre, men det gør man ikke. Jeg spørger: hvoraf udleder man, at reklame er mere skadelig ved at komme i radio og fjernsyn end ved at komme på tryk på plakatsøjler, på omkringkørende genstande osv.? Så vidt jeg ved, er det eneste reklameforbud, vi har, mod reklame på flyvere, og det er af trafikikkerhedsmæssige grunde.

Det, kulturministeren her vil, svarer i virkeligheden til, at man forbød annoncering i