

marks Radio og TV 2 har været nødt til at købe masseproducerede discountudsendelser, fortrinsvis fra USA. Man kan måske nok sige, at det da er gode programmer, men grunden til, at så mange kanaler sender dem, er, at de er billige.

Med hensyn til public service, som regeringen hele tiden skyder sig ind under, at man får med, når man laver kontrakterne, vil jeg til enhver tid medgive, at hvis vi skulle lave noget tilsvarende, ville vi heller ikke kunne give nogen som helst garanti, for det kan man ikke. Tidligere var det sådan, at Danmarks Radio og TV 2 havde den samme bestemmelse om public service, men alligevel kunne vi se, at de tolkede den på meget forskellig vis, og hvorfor gjorde de det? Jo, fordi deres grundlag for at kunne leve op til public service-kravene var forskellige. DR's grundlag var, at de havde licensen, og der var en klar forventning om, at de til punkt og prikke ville leve op til kravene på en helt bestemt måde og også anderledes end TV 2. Det har vi alle sammen affundet os med, og sådan måtte det også være, fordi TV 2 var i en reklamebetalt situation og også i højere grad skulle leve op til de markedsbestemte konkurrencekrav.

Det er det skred, der vil ske. Det er det skred, der utvivlsomt vil ske, ligegyldigt hvor meget man skriver ned. Man kan endda skrive det ned sådan, at det ser ud, som om det er en klar skærpelse, og hvis der så henvises til, hvordan det var i Danmarks Radio før i tiden, kan man sige: Det var jo ikke, fordi det var så strengt, men Danmarks Radio følte en forpligtelse til at leve op til det på sin egen strenge måde. Der stod ikke en række ting i public service-bestemmelserne om, hvordan de skulle leve op til det, og at der skulle gives sendetid mod snævre målgrupper, men det var de samme bestemmelser for Danmarks Radio og TV 2.

Når man nu fjerner disse bestemmelser, som førhen var fælles for begge kanaler, fra TV 2, er det ikke overraskende. Det er logisk, for sådan vil det være i fremtiden. Ordvalget lyder i og for sig udmærket, men jeg er overbevist om, at når man skal i gang med at praktisere bestemmelserne på et rent kommercielt marked, bliver man altså tvunget til at ændre sin handlemåde, og i den forbindelse er det meget beklageligt, at regeringen ud over at bede om nogle økonomiske rapporter ikke i højere grad har bedt om nogle mediemæssige vurderinger.

Der var en høring her i Folketinget, som blev foranstaltet efter et vist pres fra oppositionens side, og det var jo karakteristisk, at disse medie-

folk sagde, at de var ganske bekymrede for, om det kunne lade sig gøre at leve op til indholdet af public service-kravene på det økonomiske grundlag, der forelå. Der var ikke noget med, at de sagde, at det ikke under nogen omstændigheder kunne lade sig gøre, for der er jo eksemplet fra Norge, hvor man mener, det i højere grad kan lade sig gøre, fordi Norge er i en anden situation end Danmark med hensyn til, hvordan konkurrencen er på området, hvordan reklame-mulighederne er på området, og hvordan indtjeningsmulighederne er på området.

Jeg mener i virkeligheden, det er en meget stor fejl fra regeringens side, men jeg er selvfølgelig godt klar over, hvorfor man ikke har bedt om at få lavet noget sådant. Det er selvfølgelig, fordi det kunne have forvirret billedet, selv hos kulturministeren, fordi det kunne jo være, de havde skrevet noget om, at der var større risici for ikke at kunne leve op til public service-kontrakten, end vi ellers har fået forelagt.

Kl. 12.25

Man har bedt om to økonomiske rapporter, hvor der selvfølgelig tænkes økonomisk. Sådan skal det være, og derfor er det heller ikke overraskende, at de når frem til den konklusion, at det nok kan lade sig gøre, for man kan jo næsten sige, at alting kan lade sig gøre, hvis man bare er lidt fleksibel med public service-bestemmelsen. Det var den del, regeringen skulle have sørget for også var til stede.

Vi afviser naturligvis de to lovforslag. Vi ved ikke præcis, hvad der vil ske i fremtiden, det er der ingen der ved, men vi har en fornemmelse af det, fordi vi kender til, hvad der sker på det økonomiske område, hvordan markedet udvikler sig, og hvordan krav om public service vil stå sig i konkurrence med markedet.

Det, regeringen nu lægger op til med et meget snævert flertal sammen med Dansk Folkeparti, er reelt, at vi i fremtiden har DR som public service-station, mens TV 2 bliver en station, som mere og mere bliver tvunget ud på markedet i et slagsmål om reklamekronerne. De bliver nødt til at tænke i retning af, hvem det er, som vil se deres udsendelser, og sige til nogle firmaer: I skal reklamere omkring disse udsendelser, som vi sender til et bestemt publikum. Det er et publikum, som er købedygtigt, det er det, man kalder det yngre lag, og det er specielt kvinder, som i særlig grad lader sig påvirke af reklamer – ikke fordi de er mere påvirkelige, men fordi det erfaringsmæssigt fortrinsvis er dem, der køber ind, mens de lidt ældre, de helt unge og børnene er