

man kan udvikle sig i takt med den verden, vi kommer til at stå over for på tv-området. Der er ikke noget med, at TV 2 ikke skal have mulighed for at udvikle sig i offentligt regi. Det er et spørgsmål om at finde nogle andre finansieringskilder end at kaste sig ud i den risiko, det er alene at overlade det til markedet.

Kl. 10.25

Kulturministeren siger, at nu får vi bedre tv på TV 2, men det er der ingen, der kan sige noget som helst præcist om, heller ikke ministeren. Vi kan skønne ud fra, hvor meget vi tror, markedet vil påvirke udbuddet på TV 2, og vi har mulighed for at sammenligne med andre kanaler, som i øjeblikket udelukkende er afhængige af markedet. Det er det billede, vi ser foran os, og jeg har en aftale med kulturministeren om, at vi skal mødes om knap 5 år for at se, hvor galt udviklingen er gået til den tid.

For mig er der ikke tvivl om, at markedet vil påvirke udviklingen. Det kan ikke undgås, når man skal tænke på reklamekroner, og i endnu højere grad, end TV 2 allerede gør, vil man tænke på, hvilke seerkategorier der er særlig gode i forbindelse med at skaffe reklameindtægter. Det er et bestemt publikum, man vil gå efter, og det gør man allerede. Jeg synes, TV 2 i ganske mange år har været inde i en udvikling, som helt tydeligt viser, hvad der vil ske, når man er afhængig af markedet og går efter et bestemt publikum, og det betyder samtidig, at der er andre seergrupper, man ikke kan interessere sig for på samme måde, fordi der ikke er reklamekroner i det.

Det, der besluttes i dag, betyder, at den udvikling, vi har set de senere år, vil fortsætte med klart forøget styrke i retning af, at TV 2 i endnu højere grad skal tænke på nogle bestemte kunder, for nu at bruge det udtryk. Det er det, man tvinger TV 2 til, og det er det, vi kan se også er sket og naturligvis stadig sker med andre kommercielle kanaler.

Norge har været nævnt, og her er det altså meget væsentligt, at eksperterne i Norge, som i øvrigt gæstede Danmark i forbindelse med høringen i efteråret, siger, at det norske reklamemarked overhovedet ikke kan sammenlignes med det danske. Det er jo ikke, fordi man ikke kan forestille sig, at reklamer kan finansiere et tv-foretagende, for det kan de selvfølgelig godt. Men det er for det første et spørgsmål om, hvor mange kroner der er i det, og for det andet i hvilket omfang det vil påvirke de udsendelser, som sendes. Sådan som det danske marked er, vil det

naturligvis i høj grad påvirke udsendelserne i en efter min og vores opfattelse negativ retning.

Vi diskuterer somme tider spørgsmålet: Er mangfoldighed pluralisme? Man kan sige, at det dækker over to ting. Er der mange udbydere? Så kan man måske sige, at det er mangfoldigt, men hvis disse udbydere udbyder det samme, er det altså ikke særlig mangfoldigt. Mangfoldighed består i, at man sender noget forskelligt, og det er det, der er kernepunktet for public service-stationer, ikke mindst DR, men indtil nu også TV 2. Man skal selvfølgelig sende noget forskelligt, fordi vi danskere er forskellige og alle sammen har krav på at få sendt noget, der passer os.

Vi stemmer naturligvis imod de to lovforslag. Vi havde gerne set, at der efterfølgende kom en folkeafstemning, og vi har ifølge grundloven 5 dage til at kræve det, men det må så være op til andre partier. Vi kan jo ikke gøre det alene sammen med Enhedslisten.

(Kort bemærkning).

Jens Rohde (V):

Hr. Aage Frandsens ønske om en folkeafstemning kaster jo nogle andre perspektiver af sig, for hvornår skal vi så ud i flere folkeafstemninger?

Man kan sådan set sige, at dengang den tidligere regering solgte Tele Danmark, var det absolut også en beslutning, som havde voldsom stor betydning for danskerne, navnlig når man ser på det, som udviklingen af mobiltelefoni osv. osv. har ført til i dag. Så skulle vi jo altid lægge sådan nogle ting ud til folkeafstemning, fordi de har enorm betydning for mange danskere, men jeg vil advare imod, at man bevæger sig ud på den glidebane uden i hvert fald at have overvejet meget, meget, meget, meget nøje, hvilke konsekvenser det kunne få.

Så taler hr. Aage Frandsen om, at TV 2 bliver mere markedsbaseret. Nej, når vi taler om TV 2, kan vi altså ikke sige, at det kan være mere eller mindre jomfru. Sådan spiller klaveret ikke. I dag er TV 2 ét hundrede procent markedsorienteret, og det er med ét hundrede procent markedsbriller, man foretager sin programplanlægning. Kan hr. Aage Frandsen ikke bekræfte det?

Kl. 10.30

Så vil jeg da gerne lige her til slut til hr. Aage Frandsen sige, at når vi er færdige med debatten, vil jeg gerne invitere hr. Aage Frandsen på en øl, så vi sammen kan støtte privatiseringen af TV 2.