

**[Annelise Gottfredsen.]**

menneskets selvstændighed og dets forståelse af ansvar for egne forhold.

Vi kan derfor ikke støtte forslaget.

**Melchior (CD):**

Mit parti afviste ikke dette forslag sidste gang, det var fremme, da vi ikke havde lejlighed til at tage ordet under debatten. Ellers kunne jeg have undgået at tage ordet her. Jeg skal ikke bruge 5-6-7 spalter, som jeg forstår hr. Voigt har brugt sidste gang, for at begrundede mit partis afvisning af denne idé.

Fru Annelise Gottfredsen brugte just udtrykket »barnepigeagtigt«. Jeg synes også, at folketinget for tiden behandler en række sekundære eller tertiære forslag, som indeholder den samme barnepigeagtige tendens over for borgerne i dette land, hvis oplysningsstandard dog ellers er relativt antagelig.

Man bliver næsten nødt til, når man afviser dette forslag, som alle andre tidligere i debatterne har gjort, at udtale, hvad alle godt ved i forvejen, at man godt ved, at der er et alkoholproblem. Jeg vil gøre det på den måde, at jeg vil pege på, at det ikke er af denne dato, det er ikke af i år og ikke af dette århundrede. I sine »Moralske Tanker«, som udkom for 230-240 år siden, har Holberg et lille afsnit om lovprisning af kaffen, hvor han fortæller, hvilken velsignelse den nymodens kaffedrikning var blevet for samfundet; nu blev der drukket så meget kaffe, når man var på visit, at man slap for på sene eftermiddage i København at se fruentimmerne dalre omkring, fordi de havde drukket for meget spiritus, når de var på visit hos hinanden. Det tyder på, at man altså allerede, da Holberg var ung, har haft et alkoholproblem i det dengang noget mindre København.

Jeg tror ikke, man opnår en løsning af de problemer, som man gerne vil pege på, ved gang efter gang at mobilisere alle andre kræfter og partier til afvisning af et sådant forslag. Det virker omtrent lige så bagvendt som demonstrationerne uden for Berlingske Tidende - uden sammenligning i øvrigt. Man demonstrerer for at opnå et eller andet resultat, men opnår nøjagtig det modsatte. Man kunne forvente, at kristeligt folkeparti ville være så klogt ikke at blive ved at mobilisere modstanderne af det, man gerne vil fremme, sådan som det gøres her.

Jeg tror, indenrigsministeren selv nævnte

markedsføringsloven, og jeg vil gerne henvise til, at markedsføringslovens generalklausul for mig at se er rigeligt dækkende med hensyn til, hvad der er anstændig markedsføring, således at en reklamering for spiritus, som måtte gå ud over det, som samfundet kan tolerere, vil kunne rammes i henhold til denne markedsføringslov. Så behøves der virkelig ikke flere restriktioner.

Jeg vil gerne slutte med at råde kristeligt folkeparti og især fru Inge Krogh til at lægge dette forslag i sprit og lade det forblive dér, og så benytte tiden til at fremsætte og fremme nogle mere ædruelige forslag.

**Tove Jørgensen (DKP):**

DKP kan heller ikke medvirke til det foreliggende forslag. Jeg mener, ligesom en lang række andre ordførere har fremhævet, at det ikke løser de problemer, som det foregiver at løse. Det ser ikke på årsagerne til alkoholmisbruget, men kun på det, der umiddelbart falder i øjnene, nemlig reklamen.

Det, der er brug for, er en helt anden pædagogisk oplysende og behandlende virksomhed, og først og fremmest må man se på de sociale forhold, der ligger bag alkoholmisbruget. Det var jo det, som den sidste alkoholdebat meget tydeligt gav udtryk for. Når det drejer sig om at løse alkoholmisbruget og en lang række andre misbrug, ligger løsningen i en ændring af de sociale forhold, der forårsager disse misbrug.

Hvad er det da, reklamerne sælger? Det er jo ikke andet end nogle sociale relationer, f. eks. mellem generationerne, som vi har set på nogle af de reklamer, der har været i aviserne. Det er spørgsmålet om social tryghed, det er spørgsmålet om at komme hinanden ved. Det er nogle problemer, der ikke løses bare ved at forbyde reklamerne med det indhold. Det drejer sig om at ændre de vilkår, der skaber ensomheden og skaber isolationen i samfundet.

Der er i øvrigt en lang række andre reklamer, man lige så vel kunne kigge på. Hvad med alle reklamerne for slankepiller osv., der lover alle en skøn skikkelse, hvis bare de spiser så og så mange slankepiller? Og hvad med alle de reklamer, vores børn får i deres morgenmad, så de vælger deres morgenmad og plager om at få ditten og datten, fordi der er det og det billede i, i stedet for at kigge på hvad det egentlig er de får at spise?