

[Bjørn Elmquist]

bruket i nedadgående retning, eller nogen undersøgelse, der kan bekræfte reklamens direkte effekt på det totale forbrug. Det gælder undersøgelser i Danmark, og det gælder undersøgelser i udlandet. Et af de steder, hvor man har været mest fremme med undersøgelserne, er vel i Canada; jeg har været materialet igennem og har ikke indtryk af, at der kan hentes noget dér, der kan anvendes som argument for det foreslåede reklameforbud.

Hvis man virkelig gennemfører et reklameforbud i Danmark, er jeg bange for, at vi ville få en endnu dårligere udvikling på dette område i samfundet. Forbud og restriktioner giver f. eks. problemer med importerede tidskrifter, som ikke er omfattet af sådan et reklameforbud. Hvad gør man med dem i øvrigt? Skal vi til at udøve censur over for dem? Holde dem uden for landets grænser?

Hvad et reklameforbud rejser af problemer, kan vi se i Norge og i Sverige, og vi kan også se det i andre lande, der har forsøgt at gå den vej. Ting, der foregår i det skjulte eller i det halvskjulte, ting, der bliver tiltrækkende, spændende, bare fordi de er forbudte, det er noget, som vi i mit parti i hvert fald gerne vil advare mod.

Og hvad så med alle de andre medier, de, som ikke er reklamebestemte? Hvad med det billede, der tegnes i litteraturen, i tegneserier, i film, i teater, i fjernsyn, i radio, ja, alle vegne, det billede, der tegnes af samfundet, vi lever i? Kan vi så tillade, at det finder sted? Eller skal vi bare sige, at det er reklame, der er forbudt? Jeg er sikker på, at hvis der i reklamen findes en effekt, hvad totalforbruget angår – hvad jeg ikke mener der kan påvises i de foretagne undersøgelser – så er der en langt større effekt i alt det andet, det, som ikke har med den direkte reklameindsats at gøre, og så nærmer vi os vel en situation, hvor vi vil lovgive om og censurere også den slags medier i vort samfund. Det må være forkert.

Jeg skal slutte med at sige, at venstre naturligvis erkender de meget alvorlige og tragiske problemer, der er omkring misbrug af alkohol i bred forstand, og vi vil være med til at samle alle gode kræfter til en indsats. Den går via oplysning.

Det kan godt være, man skal foretage overvejelser om reklamekodeksen. Jeg har indtryk af, at man også i branchen er med på

det. Men det skal foregå ud fra en afslappet og – nu håber jeg ikke, at forslagsstillerne vil misforstå mig, når jeg siger uhysterisk holdning til brug af alkohol. Jeg tror, at får man et mere afslappet forhold til den, også hos dem, der er misbrugere af den, så kan vi opfatte brugen af alkohol som en mere positiv ting og komme væk fra egentlige misbrugssituationer. Herved adskiller det sig, vil jeg sige til den foregående taler, fra narkoproblemerne, for jeg har svært ved at se positive sider af narkoproblemet, hvorimod der godt ved meget mådeholden brug af alkohol kan findes afslappende, beroligende, hvad vi nu skal kalde det, samfundsmæssige effekter.

Karen Thurøe Hansen (KF):

Der er sikkert både gode og velmenende motiver bag ved kristeligt folkepartis forslag om forbud mod reklamering for stærke drikke, men som ved de øvrige lejligheder, hvor kristeligt folkeparti har fremsat dette forslag, kan det konservative folkeparti heller ikke støtte det denne gang. Vi mener, at reklameringen foregår på et sobert niveau, og at der inden for branchen udøves en selvjustits på en så fortrinlig måde, at det er at foretrække fremfor at lovgive på området.

Jeg er aldeles enig med den foregående ordfører med hensyn til vores alkoholproblem. Kristeligt folkeparti plejer gerne samtidig med, at de fremsætter forslaget om reklamering, også at fremsætte forslag om forbud mod alkoholmisbrug. Det er ikke sket i denne omgang, men jeg erkender, at vi har et problem på alkoholområdet. Vi må i lighed med den foregående debat, vi har haft, tage fat på problemet sammen med kontaktudvalget og se, hvad der kan gøres ved det.

Erlendsson (FP):

Jeg er ikke så særlig spændt på, hvad regeringen vil komme med med hensyn til reklame for alkohol. Det må i hvert fald ikke være noget, som nedsætter salget af alkohol, for så kommer regeringen i yderligere økonomiske vanskeligheder, og så skal det nok vise sig, at man meget hurtigt finder ud af, hvordan man skal afbøde en sådan nedgang i salget.

Jeg tror heller ikke, at reklamer for alkohol i al almindelighed er med til at øge forbruget af alkohol, men jeg tror, det ville være