

over halvdelen af SF's vælgere ikke længere ønsker at have SF i Folketinget. Når varerne må sælges, skal man selvfølgelig også have lov til at reklamere for dem i de medier, der nu engang er tilgængelige!

Engang var man vældig bekymret over biografreklamerne. Det er vi heldigvis ovre; men i dag er det åbenbart tv-reklamerne, der gør folk bekymrede. Det er der ingen grund til; folk lider ikke påviselig skade, selv om man hævdede, at de ville gøre det. Lad os snakke om fremtiden i stedet for om fortiden, og derfor mener vi, at dette forslag kan være medvirkende til, at debatten nu kommer i gang, inden vi i Danmark bliver hægtet af.

(Kort bemærkning).

Aage Frandsen (SF):

Hr. Kim Behnkes argumentation er, at de varer, der kan sælges, må der også reklameres for alle steder, altså også i tv; ellers må man have forbud imod at sælge dem.

Så kan jeg ikke forstå, man ikke tager konsekvensen og foreslår, at alle de varer, der kan sælges, skal der også kunne reklameres for i tv. Hvorfor tager man ikke dem alle sammen med? Det er det med at tage et lille stykke ad gangen, der er lidt uærligt. Hr. Kim Behnke sagde jo i et tidligere indlæg, at man gerne ville have det hele med, for der skulle være tale om ligelige vilkår; men så synes jeg altså, det ville være meget mere ærligt at sige, at man også skal kunne reklamere for spiritus og receptmedicin og alt muligt andet.

Det, der er vores argument, er, at det er underligt, at når man sidder og ser en udmærket fodboldkamp, skal man belemres med reklamer for håndkøbsmedicin midt i kampen, i halvlegen. Jeg synes, det ville være glimrende, når man ser en fodboldkamp, så i pausen at have forskellige indslag, hvor man kunne se målene eller andre ting en gang mere. Jeg kan ikke forstå, at jeg som fodboldtilskuer på den måde skal belemres med reklamer for håndkøbsmedicin, øl eller vin; det synes jeg er underligt.

Der er vore synspunkter forskellige, og det har ikke noget at gøre med, at vi foreslår, at der skal være forbud imod at sælge de varer, bare fordi vi siger, at det ikke har ret meget at gøre med at se en fodboldkamp.

(Kort bemærkning).

Kim Behnke (FP):

Hvis hr. Aage Frandsen ikke vil se reklamer for det ene eller det andet produkt, har hr. Aage Frandsen ligesom alle andre tv-seere frihed til at bruge pausen i fodboldkampen til at gøre forskellige andre ting. Man er ikke tvunget til at sidde foran tv-skærmen og se alt, hvad der bliver bragt.

En del af det, som vi mener er en befolknings og et individs ret, er retten til selv at vælge. Den ret vil hr. Aage Frandsen ikke tildele individet, for hr. Aage Frandsen vil lægge et filter ind ved at sige, at det og det skal folk ikke have lov til at vælge imellem. Og retten til at vælge er også retten til at fravælge, og hvis hr. Aage Frandsen ikke vil se reklamer for hovedpinepiller eller forskellige ølprodukter, kan hr. Aage Frandsen altså vælge at skifte til en anden tv-kanal eller gøre andre ting, mens reklamerne bliver bragt. Der er ingen pligt til at se det, der bliver bragt. Ej heller har hr. Aage Frandsen pligt til at se de forskellige annoncer, når hr. Aage Frandsen læser den daglige udgave af Information eller Jyllands-Posten, eller hvilke aviser eller tidskrifter hr. Aage Frandsen nu læser; der er også frihed til at bladre videre. Man har ikke pligt til at se tingene.

Men det er altså medvirkende til, at de pågældende tv-stationer får et økonomisk grundlag at eksistere på, og det er medvirkende til, at de pågældende tv-stationer har mulighed for at få en fremtid i konkurrence med de mangfoldige andre tilbud, vi vil få i de kommende år. Og i stedet for, at Folketinget altid kommer haltende bagefter og laver reglerne om, når skaden er sket, så beder vi med dette forslag om, at man allerede nu giver TV 2 mulighed for at forberede sig på den udvikling, som vi kan se at der vil blive i de kommende år. Al den stund det stats-ejede Tele Danmark jo har sat aktier i, at den udvikling vil komme, må vi også forvente, at den bliver en realitet.

Elsebeth Gerner Nielsen (RV):

Forslagsstillerne til dette lovforslag er desværre lidt tidligt ude. Vi er jo netop gået i gang med drøftelserne om det fremtidige medielandskab, sådan som partierne bag licensaftalen har forpligtet sig til, og derfor synes vi heller ikke, at det er nu, reklamereglerne skal ændres. Der er dog ingen tvivl om, at forslagsstillerne har en vigtig pointe med fremsættelsen af forslaget: Mediestrukturen ændrer sig med lynets hast, og