

Vi tror ikke på det, og vi mener helt klart, at der selvfølgelig skal åbnes, også fordi vi må forholde os til virkelighedens verden, og virkelighedens verden er altså grænseoverskridende med hensyn til reklamer på alle de kanaler, vi kan tage ned. Det er vigtigt, at vi gør, hvad vi kan for at erkende, at vi lever i en verden, hvor det netop er muligt at reklamere også for sundhedsydelse.

Jeg erkender, at vi skal tage afstand fra det, hvis det er noget usobert, der foregår med hensyn til reklamer, Jamen så skal vi selvfølgelig tage afstand fra det. Men mig bekendt har der faktisk ikke været problemer.

Jeg kunne også godt tænke mig at høre fra ministeren, om der vitterlig er belæg for at gå ind og regulere ned i de detaljer, som tilfældet er med det her forslag.

Vi siger altså nej til forslaget.

Bruno Jerup (EL):

Ja, vi skal jo leve i virkelighedens verden, som hr. Køpke Christensen siger, men i en vis udstrækning er vi jo selv med til at skabe den virkelighedens verden, som vi ønsker at leve i, og det har vi da tænkt os at give vores bidrag til.

Vi mener, at det i alt væsentligt er et fornuftigt forslag. Vi ser overhovedet ingen grund til at udvide mængden af åndssvage reklamer i fjernsynet. Hvis man ser på den måde, reklamerne bliver brugt på i dag i fjernsynet – for vaskepulver og andre ting – hvor der overhovedet ikke er nogen som helst sammenhæng mellem det billedmateriale, man kaster i hovedet på folk, og så den faktiske virkning, kan man sige, at på det område er skaden begrænset. Den begrænser sig til, at det ikke virker sådan, som de siger.

Men når det drejer sig om sundhedsområdet og folks – hvad skal vi sige – krop og liv, må vi trods alt sige, at der er det vigtigt, at man ikke udsætter folk for den slags manipulation, som det er.

Jeg synes, det er vigtigt, at man holder sig for øje, at det, der hedder marked for sundhedsydelse, efter vores opfattelse på ingen måde bør eller kan sammenlignes med et marked for nogle almindelige produkter, altså hvor man kan sige, at skaden ved, at man får noget forskert, er begrænset. Den er kun begrænset til, at det selvfølgelig ikke virker.

Det er jo rigtigt, som også andre har været inde på, at det kan være ganske svært for borgerne at gennemskue, hvad der egentlig er kva-

litet, hvis man får kastet forskellige farveglitrende billeder i hovedet, der viser, hvordan noget virker.

Så vi må sige, at vi betragter det i al væsentlighed som en rimelig afbalanceret lov, og vi synes ikke, at der er nogen grund til at udvide reklameadgangen. Det, vi er interesseret i, er at sikre, at det, borgerne kan få, hvad enten det nu er på den ene eller den anden sundhedsklinik eller på et hospital eller hos den praktiserende læge, er af en høj kvalitet. Og dér kan det godt være, at der skal nogle andre kontrolredskaber ind i forhold til det at etablere et stort og sprudlende marked, sådan som det åbenbart altid er det vigtige for de borgerlige, selv i denne sammenhæng og i det her spørgsmål, hvor det handler om borgernes sundhed.

(Kort bemærkning).

Jan Køpke Christensen (FP):

Så lad os få det på bordet. Lad os så høre fra Enhedslisten. Kom med bare ét eksempel på åndssvage reklamer på sundhedsområdet. Bare ét eksempel vil jeg gerne høre fra Enhedslistens ordfører.

Det kan man ikke komme med, og derfor er det jo meget, meget vildledende netop over for dem, der lytter til denne debat, at påstå, at det er det samme som vaskepulverreklamer osv., som er åndssvage, som det blev sagt fra ordføreren her.

Hvorfor skal man bruge sådan nogle metoder for at støtte et forslag som det her og nedkule netop de grundelementer, der ligger fra Fremskridtspartiets side om, at vi ikke skal have mistro til sundhedsydelse og den måde, de er opreklameret på eller har været det hidtil?

Der er ingen eksempler på det, i hvert fald ikke grelle eksempler. Selvfølgelig kan man altid finde en lille historie et eller andet sted i dagspressen, men stort set er der ingen problemer på området. Man kommer med et lovfor-
slag, som der ikke er det mindste belæg for.

(Kort bemærkning).

Bruno Jerup (EL):

Ja, det er muligt, at det ikke interesserer hr. Køpke Christensen, men faktisk er der en sag, som, hvis der var blevet reklameret for den i fjernsynet, kunne have fået ret store konsekvenser også ud over, hvad den rent faktisk har fået, og det er den dér såkaldte Bonelocsag.

Hvis man ser på de reklamefilm, som firmaet udviklede dengang for at få læger rundt