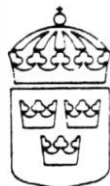


Motion till riksdagen

1989/90:L716

av Gösta Lyngå och Kaj Nilsson (båda mp)

Reklamen i tidningarna



Mot.
1989/90
L716–719

Köpfrid

Miljöpartiet de gröna anser att människors livskvalité sjunker om de ständigt irriteras av information som de inte i sin situation har intresse av. Kommersiella intressen finns dock att störa den som koncentrerar sig på sitt arbete, på sitt intresse, på sin familj med att informera om produkter som den prospektive kunden skall övertygas om att köpa. Ju bättre det lyckas att bryta en persons vila eller koncentration, dess större möjlighet har reklamen att nå sitt syfte. Detta är ett djupt oroande intrång i mänsklig integritet och samhället bör göra allt för att begränsa trycket av säljare på förväntad konsument.

Köpinformation

Samtidigt är det viktigt att god och saklig information ställes till dens förfogande som planerar att göra ett inköp. Den informationen kan delvis ges av något konsumentforum och antages då vara så objektiv som den organisationen kan göra den. Emellertid bör också information ges av producent eller säljare av en vara. Informationen kan då inte förväntas vara objektiv, men bör vara saklig. Den bör också finnas på sådant ställe att en konsument lätt kan komma åt och jämföra information om varor som erbjuds.

Dagstidningen som reklammedium

Den tidning som varje morgon dimper in genom brevlådan borde vara en utmärkt bärare av god information. Innan planerande av sin dag, kan en person bestämma vilka varor han eller hon skall köpa eller vilken bio som skall besökas. När det gäller det senaste behovet fungerar informationen utmärkt. Man vet var bioannonserna finns, man kan jämföra dem om man tänker gå på bio och man tittar inte på den sidan om man inte behöver.

När det däremot gäller behovet att handla en vara, är systemet helt kaotiskt. Den som läser kultursidan kan slås av braskande annonser om damunderkläder, den som vill studera sporten, får på köpet information om en viss sorts kaffe.

Detta system, som helt står i den kommersiella reklamens tjänst, är irritere-

rande och fyller inte på något vis elementära krav på konsumentinformation. Dessutom är det resursslösande eftersom en mycket stor del av tidningarna upptas av reklam som inte efterfrågats. Pappersmängden som används är enorm och tär såväl på vår skogstillgång som vår energibudget.

Mot. 1989/90
L716

Reklambilagor

Miljöpartiet de gröna föreslår att tidningarna har särskilda sidor för reklam, som där ordnas efter ämnesområde. Övriga sidor reserveras för information av icke-kommersiell natur. Reklamsidorna kan samlas till särskilda bilagor som man kan avvara eller ha alltefter önskan. Vi föreslår att kostnaden är densamma för prenumeration med eller utan reklambilaga och att likaså lösnúmerpriset är detsamma.

Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs
att riksdagen hos regeringen begär regler för tidningars disposition
enligt vad som anförts i motionen.

Stockholm den 23 januari 1990

Gösta Lyngå (mp)

Kaj Nilsson (mp)