

## Motion till riksdagen 2007/08:C294

av **Carina Adolfsson Elgestam m.fl. (s)**

# Reklam riktad till barn

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om reklam riktad till barn.

## Motivering

I marknadsföringslagen (1995:450) finns inga särskilda bestämmelser om reklam riktad till barn. Lagens allmänna bestämmelse i 4 § om att marknadsföring ska stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenterna gäller även vid marknadsföringsåtgärder som riktar sig till barn. Med god marknadsföringssed avses, enligt 3 §, god affärs-sed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenterna och näringsidkarna vid marknadsföring.

Samtidigt ser vi mycket dold reklam som riktar sig mot barn, bl.a. inom leksaksbranschen och via olika tv-program för barn. Ett exempel är Walt Disneys alla filmer med en uppsjö av leksaker som skapas runt omkring. Vad den fria marknaden producerar kan, eller ska, vi inte stoppa men som föräldrar och vuxna kan vi öka vårt medvetande i dessa frågor.

Vi vet att reklam påverkar barn och ungdomar. Samtidigt är det också viktigt att vi ser skillnad på hur olika reklamfilmer kan vara beskaffade. Det finns den kommersiella reklamen och den samhällsnyttiga.

Reklam påverkar barnen på många olika sätt, och mycket av den kommersiella reklamen påverkar barn negativt. Reklamen i tv, tidningar och på affischer ute på stan påverkar barns och ungdomars uppfattning av sitt utseende och skapar en orealistisk självbild för många barn och ungdomar. Vi ser idag att allt fler barn bantar; flera fall av bantningsmedel direkt riktade mot barn har uppmärksammats vid flera tillfällen. Allt fler barn och ungdomar mår psykiskt dåligt, och sjukdomar som anorexi och bulimi förekommer allt lägre

## Fel! Okänt namn på

ner i åldrarna. Detta är ofta en direkt konsekvens av de ideal och kroppsbilder som reklam sprider.

Reklamens utformning blir alltmer pornografisk, vilket får till följd att många små flickor och pojkar försöker leva upp till saker de inte är mogna för. Idag finns det inom klädbranschen ett alltför stort kläutbud som ursprungligen avsetts för vuxna, men som nu även görs i barnstorlekar och marknadsförs på bästa säljplats i butiken. Det kan vara svårt för en förälder att säga nej till sin 7-åring som vill ha stringtrosor och bh eftersom "alla andra" har det.

Att överväga att införa ett generellt förbud för reklam riktad till barn skulle skapa ett dilemma. Ett förbud skulle medföra att exempelvis samhällsnyttiga företeelser som Barnombudsmannen och andra organisationer inte kan göra kampanjer riktade till barn. Barn- och ungdomsförbund skulle heller inte kunna göra en kampanj för att lyfta fram barnkonventionen.

Därför måste det till en speciell form av åtgärd vad gäller reklam som riktas till unga människor. Ett förbud skulle i dagsläget inte vara förenligt med EG-rätten. Den tidigare socialdemokratiska regeringen ville verka för att inom ramen för en revidering av EU:s TV-direktiv stärka barns ställning genom att begränsa reklam i tv-sändningar som syftar till att fånga uppmärksamheten hos barn under 12 år. Den dåvarande socialdemokratiska regeringen påtalade också att – om branschens egna åtgärder inte visade sig tillräckliga – man skulle låta utreda möjligheten att införa en generell regel i marknadsföringslagen som ålägger näringsidkare att beakta barns allmänna utsatthet i kommersiella sammanhang. Detta anser vi nu seröst bör prövas.

Stockholm den 1 oktober 2007

*Carina Adolfsson Elgestam (s)*

*Veronica Palm (s)*

*Monica Green (s)*

*Helene Petersson i Stockaryd (s)*

*Marie Nordén (s)*

*Marina Pettersson (s)*