

Motion till riksdagen 2005/06:L352

av **Yoomi Renström (s)**

Barnreklam

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om att reklam riktad till barn granskas ur ett genusperspektiv.

Motivering

Sverige har en restriktiv hållning gällande reklam riktad till barn under tolv år. Det finns dock möjligheter för reklamindustrin att kringgå det regelsystem vi har. Konsumentminister Ann-Christin Nykvist har tidigare övervägt möjligheten till ändrad lagstiftning på grund av problemet med reklam för produkter som kan orsaka övervikt och fetma hos barn.

Det är dock inte bara skräpmataskulturen som reklamindustrin riktar in sig på. Den reklam som riktar sig till barn är också synnerligen könssegregerande. Det vore därför bra om reklam som riktar sig till barn inte bara granskas restriktivt ur ett hälsoperspektiv utan även granskas ur ett genusperspektiv.

Utvecklingen i dagens samhälle går, trots ett oupphörligt jämställdhetsarbete, inte bara i jämställd riktning utan visar också på en allt större kroppsfixering och könsrollsuppdelning. Detta märks inte minst i den reklam som riktar sig till barn. Med tanke på att det är oerhört viktigt att värderingar om jämställdhet lyfts fram så tidigt som möjligt i ett barns utveckling är det felaktigt att barnreklamen så ofta motverkar vårt jämställdhetsarbete.

Stockholm den 28 september 2005

Yoomi Renström (s)