

Motion till riksdagen 2012/13:C397

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

Barn ska inte vara mottagare av reklam

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anføres i motionen om reklam som riktas till barn.

Motivering

Nyligen kunde vi ta del av nyheten att barn får reklam hemsänt om hur de kan banta. Detta är fullständigt oacceptabelt. Likaså kan vi se idag att man använder barn allt oftare i tv-reklamen med riktade budskap. Självklart har föräldrar då gett sitt godkännande men det finns ändå anledning att se över hur och när barn används i reklamsyfte.

Vi kan idag se att det finns mycket dold reklam som riktas mot barn, inte minst inom leksaksbranschen, som sänder sina budskap i reklamslag före och efter tv-program för barn. Ett exempel är när det kommer nya barnfilmer, då tillverkas det en uppsjö av leksaker 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.

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.

Reklam påverkar barnen på många olika sätt, och mycket av den kommersiella reklamen påverkar barn negativt. Reklamen i tv, tidningar och på affischer ute i samhället påverkar barns och ungdomars uppfattning av sitt utseende och skapar en orealistisk självbild för många barn och ungdomar. Flera

Fel! Okänt namn på

fall av bantningsmedel direkt riktade mot barn har uppmärksammats vid flera tillfällen. Alltfler barn och ungdomar mår psykiskt dåligt, och sjukdomar som anorexi och bulimi förekommer allt längre ner i åldrarna. Detta är ofta en direkt konsekvens av de ideal och kropps bilder som bland annat reklamen sänder ut.

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 FN:s barnkonvention.

Därför måste det till en speciell form av åtgärd vad gäller reklam som riktas till unga människor. Ett förbud skulle i dagsläget inte heller 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 seriöst bör prövas.

Stockholm den 4 oktober 2012

Carina Adolfsson Elgestam (S)

Ann-Christin Ahlberg (S)

Eva Sonidsson (S)

Fredrik Lundh Sammeli (S)

Isak From (S)

Kerstin Engle (S)

Marie Nordén (S)

Anna Wallén (S)

Annelie Karlsson (S)

Helene Petersson i Stockaryd (S)

Jennie Nilsson (S)

Kerstin Haglö (S)

Monica Green (S)