

Motion till riksdagen 2005/06:L378

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

Reklam riktad till barn

Förslag till riksdagsbeslut

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

Motivering

Vi ser idag mycket dold reklam som riktar sig mot barn inte minst inom leksaksbranschen och via olika tv-program för barn. Ett exempel på det är tv-serien Byggare Bob, i vars kölvatten en uppsjö produkter och leksaker finns att köpa. 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 alltför barn bantar, flera fall av bantningsmedel direkt riktade mot barn har uppmärksammats vid flera tillfällen. Alltför barn och ungdomar mår psykiskt dåligt, och sjukdomar som anorexi och bulimi förekommer allt lägre 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 klädbud 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.

Fel! Okänt namn på

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 ett en speciell form av åtgärd vad gäller reklam som riktas till unga människor. För att förhindra kryphål och andra vägar, bör den kommersiella reklamen riktad till barn och ungdomar förbjudas. Det gäller inte minst den reklam som sprids via Internet som är mycket svår att kontrollera.

Stockholm den 1 oktober 2005

Carina Adolfsson Elgestam (s)

Kerstin Andersson (s)

Marina Pettersson (s)

Veronica Palm (s)

Marie Nordén (s)

Monica Green (s)