

Motion till riksdagen 2008/09:C372

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

Reklam som riktas till barn

Förslag till riksdagsbeslut

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

Motivering

Idag kan vi se att det finns mycket dold reklam som riktar sig mot barn, inte minst inom leksaksbranschen som sänder sina budskap i reklaminslag före och efter 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.

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 fall av bantningsmedel direkt riktade mot barn har uppmärksammats vid flera tillfällen. Alltför många barn och ungdomar mår psykiskt dåligt, och sjukdomar som anorexi och bulimi förekommer allt lägre ner i åldern. Detta är ofta en direkt konsekvens av de ideal och kroppsbilder som bland annat reklamen sänder ut.

Fel! Okänt namn på

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 riktar 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 fänga 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 2008

Carina Adolfsson Elgestam (s)

Marina Pettersson (s)

Veronica Palm (s)

Jennie Nilsson (s)

Carina Ohlsson (s)

Fredrik Lundh (s)

Marie Nordén (s)

Jasenko Omanovic (s)

Monica Green (s)

Kerstin Haglö (s)