

[Helge Sander]

sammenhænge, men fordi der er mange, der har læst Ny Politik nr. 6/7, der udkom for mindre et år siden, hvori hr. Jimmy Stahr skrev:

»Vi må bort fra mistanken om, at socialdemokratiet elsker at være formynder og bestemme, at folk ikke kan »tåle« at se reklamer. Vi er omgivet af reklamer – og derfor er formynderrollen helt uacceptabel. Vi skal forsøge at beskytte børnene... men længere bør vi heller ikke gå.«

Det med børnene har hr. Jimmy Stahr været inde på, og det tror jeg der er bred enighed om her i salen. Hr. Jimmy Stahr kommer med et bånd fra en engelsk TV-kanal, som ikke har de samme retningslinjer for reklame, som vi vil få i TV 2, det skal dog bemærkes. Og hvad angår hele reklamesiden, så er det bemærkelsesværdigt, at hr. Jimmy Stahr i samme artikel nævner et eksempel på, hvorledes det kan køres, et eksempel, der er fuldstændig identisk med det, der ligger i kulturministerens lovforslag.

(Kort bemærkning).

**Jimmy Stahr (S):**

Den omtalte artikel er et debatoplæg til det socialdemokratiske årsmøde, og det blev diskuteret dér. Derefter tog socialdemokratiet enigt stilling imod reklamerne, og dermed er det selvfølgelig også bortfaldet. Der er andre årsmøder, der måske har nogle andre regler, men dem har vi.

Og må jeg så sige til kristeligt folkeparti: det var dog en forunderlig argumentation, at fordi tysk TV har børnereklamer og børn ser reklamer i tysk TV, så kan vi også godt lave reklamer for børnene. Det var dog en mærkværdig måde at argumentere på, og det var faktisk den, fru Inger Stilling Pedersen brugte heroppe.

Jeg mener ikke – og jeg mener stadig væk ikke – at det kan lade sig gøre på den måde at indføre reklamer for børn. Jeg kan ikke finde andet om det, end at der står nogle vage ord om, hvordan kulturministeren skal sætte nogle regler. Hvis kristeligt folkeparti vil komme her op og sige, at det bliver de og de regler, så er det da meget rart, men jeg tror faktisk ikke, at det er det, man har tænkt sig.

(Kort bemærkning).

**Ingerlise Koefoed (SF):**

Jeg kunne godt lide at spørge hr. Helge Sander og kristeligt folkeparti, hvad man egentlig mener med, at der ikke skal være reklamer, som rammer børn, eller som interesserer børn.

En af de mest brugte reklamer, vi har i biograferne, er en reklame, hvor man ser nogle ganske unge, smukke mennesker få det bedre og bedre og bedre og blive smukkere og smukkere og smukkere, fordi de drikker Coca-Cola i alle mulige forskellige udgaver og under alle mulige forskellige navne.

Børn elsker Coca-Cola, fordi børneloven siger, at Coca-Cola er noget, der er mægtig godt. Det er noget, man skal have, når man skal være et rigtigt barn. Vi ved, at Coca-Cola er utrolig usundt.

Vi må ikke reklamere for øl. Det må man jo acceptere, fordi man til øl og øldrikkeri knytter et eller andet moralsk, og det skal jeg gerne acceptere.

Men må vi da reklamere for Coca-Cola? Vi må ikke reklamere for noget, der går lige ind i hjertet på børn. Og masser af de ting, der bliver reklameret for, skaber jo nogle forventninger hos børn om et bedre, rigere og smukkere liv. Sådan noget skal vi også have, ellers er vi meget fattige!

Hvordan vil I skelne? I vil ikke reklamere for noget, der direkte er for børn. Det må være slik og legetøj. Men der er mange andre ting, der går lige ind i bevidstheden på dem og skaber den utilfredshed, som mange af dem kommer til at føle, fordi det ikke er noget for dem.

(Kort bemærkning).

**Inger Stilling Pedersen (KrF):**

Ja, man kan jo altid opfatte tingene, som man vil, men vi kommer ikke uden om, at vi i vores samfund er omgivet af reklamer.

Nu ved jeg godt, at TV-reklamer måske virker stærkere end andre reklamer, men i næsten hvilket som helst blad, der udgives i dag, er der reklamer, der meget stærkt henvender sig til børn. Og vi håber selvfølgelig, at man, når man skal reklamere, vil tage hensyn til børn og ikke decideret gå ind for de ting, men reklamer særlig for Coca-Cola eller trøjer med et eller andet, det ser man jo alle andre steder.