

[Inger Stilling Pedersen]

sådan at de presser på hos familien. Jeg har set børneudsendelser, hvor familien pakkede bilen og tog op i sommerhuset. Der er nok nogle familier, der ikke har bil, der er nok også nogle, der ikke har et dejligt sommerhus. Børnene vil sige til forældrene: skal vi ikke også have et sommerhus? Skal vi ikke også have en bil?

Jeg kunne blive ved med utallige ting. Hvad med de skadelige udsendelser med små sketches, hvor man lader kendte skuespillere optræde med eder og forbandelser og latrinære udtryk? Det tager børnene åbenbart ingen skade af.

Og sådan kunne man blive ved og blive ved. Hvor mange reklamer er der ikke, der reklamerer for det ene og for det andet, måske også med nogle mærker på trøjerne. Selv om man ikke siger så meget, opfanger børnene dem straks. Jeg synes, rollen er meget overspillet.

Jeg er enig i, at det er vigtigt, at vi, når reklamerne kommer, ser på, hvor store muligheder vi har for at beskytte børnene, og at vi får regler om, at reklamerne ikke skal indgå i børneudsendelser og ikke skal tale direkte til børnene og den slags ting. Det har man muligheder for.

Jeg synes, der ligger ikke så lidt hykleri i det her. Når man tillader så meget, som man gør i dag i Danmarks Radio og TV, skulle vi så være bange for, om der skulle, som fru Ingerlise Koefoed sagde sidst, komme en Coca-Cola-flaske, som kunne animere et barn til at bede om en Coca-Cola, for det er jo usundt. Ja men tænk på, hvor meget der foregår, der er usundt, og som efter manges mening ikke lige er det, som vi ønsker at fremme.

Vi håber i hvert fald, at vi kan få et flertal for TV 2 og få brudt monopolet og så finde ud af nogle fornuftige regler omkring reklamefinansiering.

(Kort bemærkning).

Ingerlise Koefoed (SF):

Det er nogle fantastiske undvigemanøvrer, fru Inger Stilling Pedersen foretager, når vi taler om reklamer og børn. Fordi andre TV-udsendelser også har en vis indflydelse på børn, tit god, nogle gange dårlig, så er der jo ikke grund til at gøre indflydelsen stærkere ved hjælp af reklamer.

Fru Inger Stilling Pedersen henviser bl.a. til det brev, kulturudvalget har fået fra Danmarks Lærerhøjskole, underskrevet Birgitte Tuftte, og siger, at det siger jo selvfølgelig, at reklamer har en eller anden indflydelse. Men man må jo så lave nogle regler om reklamer for børn.

Og så vil jeg da godt spørge, om fru Inger Stilling Pedersen også har læst det sidste, som står i det brev, nemlig:

»Det er således min opfattelse, at selv om der formelt opstilles regler vedrørende TV-reklamer og børn, er der stor sandsynlighed for, at det reelt vil være vanskeligt at fastholde sådanne regler.«

Kunne fru Inger Stilling Pedersen ikke forklare mig, hvordan man skal skelne mellem reklamer for børn og reklamer for voksne. Hvad er det for nogle regler, fru Inger Stilling Pedersen forestiller sig at lave, som ikke alene bliver formelle, men også reelle?

(Kort bemærkning).

Jimmy Stahr (S):

Jeg synes, det er fantastisk flotte bemærkninger af fru Inger Stilling Pedersen og i det hele taget de udtalelser, der er kommet hen ad vejen fra kristeligt folkeparti. Det blev sagt under førstebehandlingen, og nu har vi altså også belæg for det. Det er jo ikke nogle tilfældige mennesker, der siger de her ting om, at jo yngre børn er, desto mere tror de på TV-budskabet, og TV-reklame er en væsentlig faktor i opdragelsen af børnene til forbrugere. Det er amerikanske forskere, som virkelig har haft det her inde på livet.

Det kan ikke nytte, at man bare henviser til, hvad der kommer af udenlandsk reklame. Det er jo sådan, at børnene ikke påvirkes på samme måde af en reklame i et udenlandsk TV-program, som de gør, når der i en dansk TV-reklame bliver sagt: når du kommer hen i supermarkedet, så skal du tage en pakke af det havregrynsprodukt, og hvis mor går forbi, så træk hende i kjolen, så hun går tilbage til stedet. Jeg mener, det virker noget mere på børnene, end at en eller anden tilfældig tysk reklamestemme siger et eller andet om et tysk produkt, så sådan kan kristeligt folkeparti ikke bare afvise det her.

(Kort bemærkning).

Inger Stilling Pedersen (KrF):