

[Inger Stilling Pedersen]

må man gå ud fra, at loven bliver overholdt, det må vi henstille til de mennesker, der skal arbejde med den. Og bliver den ikke overholdt, så må vi gribe ind og se, hvad vi kan få gjort ved det.

Jeg synes bare, det er, som om man tror, at hvis nu man kunne lave det uden en lille smule reklamer, så kan man vaske sine hænder, mens man ser resten, og så kan man bruge en masse påstande, som mange er gode til, men behold påstandene!

(Kort bemærkning).

Flemming Jensen (KF):

Jeg må indrømme, at jeg nød at høre hr. Jimmy Stahr harcelere over skiftende standpunkter.

Jeg vil godt lige sige nogle enkelte ord om børn og reklamer. Jeg kunne godt lide at vide, om udenlandske børn egentlig er så forskellige fra danske. Jeg har her i min hånd et hæfte, som fortæller noget om, hvor mange kanaler man har i de europæiske lande, og hvor mange af disse kanaler der er reklamefinansieret. Jeg skal ikke nævne det hele her, blot sige, at i gennemsnit er der i Europa tre kanaler i hvert land, hvoraf de to er reklamefinansieret. Jeg tror ikke, jeg har ikke indtryk af det i hvert fald, at det er gået så voldsomt ud over de børn, som har mulighed for at se sådan noget.

Jeg kan nævne, at hvis vi ikke snart kommer i gang, så bliver vi sammen med Albanien det eneste land, der ikke bruger denne finansieringsmetode.

(Kort bemærkning).

Tinning (VS):

Jeg forstod, at fru Inger Stilling Pedersen skulle noget andet, men så kan jeg jo gentage det, når vi når til et møde i kulturudvalget.

Det, der er problemet, er, at der ville være en politisk meget rimelig og politisk meget fremkommelig vej for kristeligt folkeparti, nemlig at sige: vi vil godt have lavet nogle regler om reklamer også i forhold til børn, og dem vil vi godt have lavet, før vi stemmer. Se, det er dér, det har noget betydning, når man lige pludselig siger: det kan være, at vi stemmer anderledes.

I de regler kunne man passende tage udgangspunkt i den henvendelse, vi har bedt

om, fra Birgitte Tufté, hvori hun foreslår fire ting: der må ikke være reklamer rettet mod børn, reklamer skal væk fra børneprogrammerne, programflade og TV-reklamer må ikke blandes – det er noget af det, vi allerede har – TV-personale må ikke indgå som personer, der reklamerer for varer, og reklamer med børns medvirken må ikke produceres.

Vi kunne jo simpelt kan bede kristeligt folkeparti . . . nej, jeg kan selv gøre det bagefter. Vi kunne så bede fru Inger Stilling Pedersen give os klar besked: hvis disse fire elementer ikke kommer til at indgå i de regler, vil kristeligt folkeparti alligevel stemme for? Hvis kristeligt folkeparti vil det, så er det bare 37. gang, vi har hørt en sang om de stakkels små børn, som vi også skulle høre, inden vi fik karensdagen og ødelæggelsen på kontanthjælpsområdet, og hvad ved jeg, og så gik man alligevel rask væk i gang.

Det er nogle regler, der kan laves nu. Der er ikke én eneste fornuftig grund til at vente med at lave de regler til efter afstemningen. Der er kun den ene grund, at kristeligt folkeparti måske alligevel ikke får det og allerede godt ved, at de ikke får det sådan, som de påstår de gerne vil have det.

Ingerlise Koefoed (SF):

Hr. Flemming Jensen henviste til alt det udenlandske fjernsyn, man har, hvor der er reklameudsendelser, og spurgte, om det havde betydet noget for børn, eller om man vidste noget om, hvad det betød for børns opfattelse af ting.

Jeg kan henvise til et foredrag, jeg hørte for nylig på en konference om børn og video, hvor redaktøren af »Familiespejlet« i Danmarks Radio fortalte, at han under et besøg i USA, hvor han skulle snakke med mange børn, havde bedt dem alle sammen om som indledning at synge en sang, de syntes godt om. De sang så godt som alle sammen sange, der hørte til i reklameprogrammer i TV. Det var den sangskat, de nu havde.

Nu siger jeg ikke, at det er godt eller dårligt, at de kunne synge de sange, men jeg siger, det er synd, eller at det er et bevis på, at reklamen og reklamens indsmigrende toner og billeder har stor indflydelse på børns bevidsthed.