

er vigtigt, at vores public service-kanaler – her tænker jeg altså som sagt både på DR og på TV 2 – tager børn og unge mennesker alvorligt. Der skal fortsat produceres danske børne-tv-udsendelser herhjemme og af høj kvalitet.

Der er dog også en negativ side af mødet mellem børn og tv, og det er børneretklamer. En undersøgelse foretaget af I & A Opinion viser, at to tredjedele af alle børn har fået deres forældre eller bedsteforældre til at købe produkter, som børnene havde set i en tv-reklame. Når en dansk tv-kanal tillader sig at fremhæve det som positivt, at børn synes, tv-reklamer er sjove, fordi de kan se nyt legetøj eller slik, som de kan lokke deres mor eller far til at købe, så synes jeg, der skal råbes vagt i gevær.

Det er min klare overbevisning, at tv ikke skal bruges til at gøre børn til små storforbrugere. Børn skal ikke konstant udsættes for kommercielle budskaber. Derfor melder jeg klart ud, at det er en politisk forpligtelse at sikre, at også reklamebranchen tager hensyn til børnene. Børn er blevet vigtige målgrupper for reklamebranchen, og børneretklamer i tv bliver mere og mere udspekulerede og dominerende. Nu er smertegrænsen nået for, hvad vi skal udsætte vores børn for. Mon ikke mange forældre vil blive glade for at få en hjælpende hånd til at sikre, at deres børn ikke bliver mødt med et reklamebombardement, fordi de gerne vil se børne-tv?

Vi ved godt, at et dansk forbud ikke løser problemerne. Børn er multimedieforbrugere og færdes i den elektroniske medieverden og på Internettet, hvor reklamerne frit kan passere alle former for forbud og landegrænser. Derfor er det vigtigt, at vi lærer danske børn at forholde sig kritisk også til medierne, og at vi lærer dem at forstå, hvad reklamer er på godt og ondt. Det er en opgave både for forældrene og for folkeskolen.

Vi ønsker på lang sigt reklamefri zoner omkring børneprogrammer. Vi så gerne, at reklamebranchen og producenterne ad frivillighedens vej fandt frem til en ordning, alle kan leve med, en ordning, der beskytter børn. Jeg tror på, at branchen har stor viden om børn og unge, og at den sagtens kan opstille nogle etiske regler og en kodeks for, hvordan børn skal beskyttes mod reklamer i medierne. Ordentlige aftaler mellem reklamebranchen og tv er at foretrække frem for forbud, som de smarte reklamefolk vil gøre alt for at prøve at omgå.

Parallelt vil vi arbejde for, at der i EU tages initiativ til regelsæt, hvor der udstikkes fælles regler for børneretklamer i hele EU. Hvis producenterne så ikke selv kan og vil opstille brugbare regler, må vi som lovgivere overveje, hvilke initiativer vi bliver nødt til at tage.

Som slutning: Vi skal sikre os, at børn kan udvikle sig og udfolde sig på deres egne betingelser. Det er vigtigt, at børn sikres et fundament af værdier, fortællinger, drømme. Børn og unge skal tages alvorligt i mere end én forstand. Børn og unge er bærere af de vigtigste forudsætninger for vores kulturliv. De skal ikke kun være passive modtagere af kultur. Vi skal gennemføre en kulturpolitik, der sikrer plads til børnene som en del af fællesskabet. Børn har langt mere at byde på, end vi voksne forestiller os. Vi skal give børnene tid, rum og redskaber til at tolke oplevelser, så de kan tænke selv og danne deres egne holdninger. Vi skal gennemføre en kulturpolitik, der bidrager til, at børn udvikler sig og forholder sig til tingene på deres egne betingelser. Vi skal lytte til børnene, vi skal respektere deres synspunkter.

Børn har ret til en barndom, der er deres egen. Lad os gøre den stor og indholdsrig, med mange farver og forskellige nuancer.

(Kort bemærkning).

Frank Aaen (EL):

Det var hr. Peder Sass' ord om reklamer rettet til børn. Jeg er faktisk meget enig i de betragtninger. Alle vi, der har børn og ser børneudsendelser, ser, hvor massivt de er pakket ind i reklameblokke, og hvordan reklamen sniger sig ind i selve udsendelsen. På den ene eller anden måde præges store dele af vores børne-tv, heldigvis ikke så meget på DR 1, men der er også skjulte reklamer.

Derfor er mit spørgsmål: Kan vi bare vente på en frivillig aftale? Kan vi bare vente på EU? Er vi ikke nødt til at rykke hurtigere frem? Vil Socialdemokratiet være indstillet på meget hurtigt at være med til i hvert fald at udvikle tanken om, hvordan vi vil gribe ind, sådan at branchen og andre aktører på området kan se, at hvis ikke de selv tager sig sammen, så kommer der et konkret lovudspil her fra Folketinget.

Altså mit spørgsmål er mere konkret: Kan vi regne med, at vi inden for nogle måneder kan gå mere til biddet i den her sag, for jeg er bange for, at branchen og EU er alt for langsomme og slet ikke villige til gøre noget?