



STORTINGET

Innst. 344 S

(2017–2018)

Innstilling til Stortinget
fra familie- og kulturkomiteen

Dokument 8:187 S (2017–2018)

Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om Representantforslag fra stortingsrepresentantene Freddy André Øvstegård, Solfrid Lerbrekk og Nicholas Wilkinson om kroppspress og reklameindustrien

Til Stortinget

Sammendrag

Forslagsstillerne viser til at kroppspress blir pekt på som en av de viktigste årsakene til at mange unge sliter psykisk.

Forslagsstillerne viser til at det vies lite oppmerksomhet til tiltak mot kroppspress i dagens politikk. I 2016 vedtok Stortinget å be regjeringen foreslå tiltak for å motvirke kroppspress. Regjeringen har siden svart at det skulle følges opp i ungdomshelsestrategien, men der nevnes det så vidt uten konkrete målsettinger for forebygging. Strategi for psykisk helse 2018–2022 gir også kroppspress minimalt med plass, og Program for folkehelsearbeid i kommunene nevner ikke kroppspress. Derfor mener forslagsstillerne det er behov for en nasjonal handlingsplan mot kroppspress, som inkluderer en vurdering av barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning, gjennomgang av markedsføringslovens vern av barn og unge, felles retningslinjer for kommersielle aktører i sosiale medier og tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen.

Forslagsstillerne peker på at reklameindustrien tjener penger på ungdoms dårlige selvbilde. Ungdommens helse er viktigere enn bransjens frihet til å rekla-

mere for en usunn holdning til kropp, utseende og psykisk helse.

Derfor mener forslagsstillerne det er nødvendig å skjerpe inn lovverket som regulerer reklameindustrien for å beskytte særlig barn og unge. I tillegg er det nødvendig å redusere reklame i det offentlige rom, gjøre flere innskjerpelser i markedsføringsloven og ikke minst styrke Forbrukertilsynets mandat og mulighet for å blant annet håndheve forbudet mot reklame rettet mot barn.

I dokumentet fremmes følgende forslag:

1. Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag til en nasjonal handlingsplan mot kroppspress, som inkluderer en vurdering av barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning, gjennomgang av markedsføringslovens vern av barn og unge, felles retningslinjer for kommersielle aktører i sosiale medier og tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen.
2. Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven i bestemmelsen om god markedsføringsskikk, markedsføringsloven § 2, som presiserer at annonsør skal sørge for at reklamen ikke viser et urealistisk eller usunt skjønnhetsideal, blant annet gjennom merking av reklame som gjennom retusjering endrer kroppsfasongen til mennesker i reklamen.
3. Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven § 21, som regulerer god markedsføringsskikk overfor barn, for å hindre reklame rettet mot barn generelt, og motvirke kroppspress mot unge spesielt.
4. Stortinget ber regjeringen foreslå de nødvendige lovendringer for å forby kommersiell markedsfø-

ring av kosmetisk kirurgi og utrede hvordan kommersiell markedsføring av helseskadelige slankeprodukter kan forbys.

5. Stortinget ber regjeringen komme tilbake med sak om tiltak for å begrense reklame i det offentlige rom, gjennom for eksempel å opprette reklamefrie soner i nær omkrets av skoler.
6. Stortinget ber regjeringen styrke håndhevingen av markedsføringslovens kapittel 4 om særlig beskyttelse av barn, blant annet ved å gi Forbrukertilsynet mandat til å slå hardere ned på skadelig reklame rettet mot barn og unge.»

Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Kari Henriksen, Tone Merete Sønsterud og Kristian Torve, fra Høyre, Marianne Haukland, lederen Kristin Ørmen Johnsen og Tage Pettersen, fra Fremskrittspartiet, Silje Hjemdal og Morten Wold, fra Senterpartiet, Olav Urbø, fra Sosialistisk Venstreparti, Freddy André Øvstegård, fra Venstre, Grunde Almeland, og fra Kristelig Folkeparti, Geir Jørgen Bekkevold, viser til representantforslaget fra stortingsrepresentantene Freddy André Øvstegård, Solfrid Lerbekk og Nicholas Wilkinson om kroppspress og reklameindustrien.

Komiteen merker seg at forslagsstillerne mener det er manglende fokus på tiltak mot kroppspress, og viser til at kroppspress er en av de viktigste årsakene til at unge i dag sliter psykisk. I representantforslaget vies det videre oppmerksomhet til reklameindustrien. Forslagsstillerne fremhever at barn og unge blir utsatt for enormt press fra reklameindustrien. Barn og unge utsettes for usunn eksponering, som igjen påvirker deres selvbilde og forhold til egen kropp og utseende.

Komiteen deler forslagsstillerne bekymring. Det er alvorlig at barn og unge blir psykisk syke eller får andre plager som følge av deres opplevelse av ikke å leve opp til «skjønnhetsidealene» fra reklameindustrien.

Komiteen viser videre til at komiteen avholdt høring 3. mai 2018. På høringen deltok Press, Norske Kvinners Sanitetsforening og Sex og samfunn. Komiteen registrerer at samtlige høringsinstanser er positive til representantforslaget, samt at det ble signalisert støtte til flere av de konkrete forslagene i representantforslaget.

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre, synes det er positivt at temaet kroppspress løftes av forslagsstillerne, og er i likhet med forslagsstillerne bekymret for et økende kroppspress på barn og unge. Dette er noe flere undersøkelser underbygger og som tydeliggjør be-

hovet for mer forskning på hva som påvirker barn og unges helse og selvbilde. Flertallet deler oppfatningen om at kroppspress er en viktig årsak til at mange unge sliter psykisk. Med dette som bakteppe er psykisk helse løftet frem som et satsingsområde for regjeringen i Jeløyplattformen. Flertallet viser også til strategi for god psykisk helse, «Mestre hele livet» (2017–2022), hvor regjeringen blant annet omtaler barn og unges bruk av sosiale medier. Flertallet mener det er naturlig at denne planen også viser til tiltak for barn og ungdom som vil gjøre dem bedre rustet til å takle press, krav og forventninger fra omverdenen. Om vi skal motvirke utviklingen med økning i barn og unges psykiske plager og lave selvbilde, må vi styrke ungdoms mestring og legge til rette for oppvekstbetingelser som fremmer god psykisk helse.

Flertallet vil peke på at barn og unge i dag står overfor nye og andre typer utfordringer enn tidligere. Ungdommene i dag er første generasjon digitalt innfødte, og store deler av deres hverdag deles på sosiale medier. NOVA-notatet (fra OsloMet) «Psykkiske helseplager blant ungdom – tidstrender og samfunnsmessige forklaringer» har et eget punkt om kroppspress og sosiale medier. Der pekes det på at det finnes lite forskning om sammenhengen mellom sosiale medier, ungdoms forhold til egen kropp og endringer i omfanget av psykiske vansker over tid. Forskere har imidlertid argumentert for at sosiale medier bidrar til en forverring i ungdoms forhold til kropp og utseende. Ofte er det bilder av utseende og kropp som deles på sosial medier. Denne typen eksponering kan representere en ekstra belastning i tillegg til tradisjonelle medier. Budskapet blir både mer tilgjengelig (24 timer i døgnet), og idealene er vanskeligere å ta avstand fra – idealene formidles ikke lenger bare gjennom tynne modeller i dameblader og reklame, men også gjennom bilder og videoer av jenter og gutter på egen alder som dessuten kan være bekjente av ungdommene selv. NOVA-forskerne peker på at jenter gjennomgående bruker mer tid på sosiale medier enn gutter, samtidig som flere studier viser at økningen i psykiske plager over tid særlig gjelder jentene. Et slikt scenario gjør det ifølge NOVA-notatet relevant å forske mer på hvordan jentenes bruk av sosiale medier spiller sammen med andre kjente risikofaktorer for psykiske helseplager blant ungdom – som for eksempel problematiske relasjoner til jevnaldrende og et negativt forhold til kropp og utseende.

Flertallet viser til at regjeringen søker mer kunnskap om årsakene til at barn opplever kroppspress og sliter med dårlig selvbilde. Derfor har de sammen med Helsedirektoratet bestilt forskning om stress, press og psykisk helse. De siste resultatene fra undersøkelsen er lovet i løpet av året.

Flertallet vil understreke at det er i hjemmet, barnehage og skole at sunne holdninger i hovedsak ut-

vikles og læres. Tidlig innsats for å styrke barns selvfølelse er noe av det viktigste vi må legge godt til rette for, slik at barn og unge kan ta selvstendige og gode valg og tørre å stå imot usunt press.

Flertallet viser til komiteens høring 3. mai 2018, der foreningen Sex og samfunn var tydelige på at forebyggende arbeid må få større fokus. Foreningen pekte spesielt på helsestasjoner for unge og skolehelsetjenesten som viktige. Et annet område som trekkes frem, er at skolen i stor grad legger til rette for at elever ikke skal se hverandres kropp. Ofte legges gymtimer til slutten av dagen, slik at elevene dusjer hjemme og det blir stadig færre fellesdusjer. Dette bidrar ikke til å normalisere kroppen, skriver Sex og samfunn. Foreningen skriver også i sin uttalelse at vi allerede har planer og strategier som bør være gode verktøy i arbeidet mot kroppspress.

Representantforslaget inneholder flere forslag til lovreguleringer. Flertallet påpeker at dette er et kraftig virkemiddel, og det er usikkert om man kan oppnå et redusert kroppspress gjennom strengere regler. Det å forby reklame med urealistiske eller usunne skjønnhetsidealer vil skape store utfordringer knyttet til nærmere grensegang. Det vil være mye som kan publiseres på blogger og sosiale medier, som ikke kan anses som markedsføring.

Flertallet er opptatt av at bloggere og andre aktører med stor påvirkningskraft i sosiale medier skal ta et større ansvar for den påvirkningen de har på unge. Derfor bør det etableres et samarbeid med bloggere, deres nettverk og annonsører, slik at det kan utarbeides mer forpliktende, etiske retningslinjer på området, gjerne en «vær varsom»-plakat.

Flertallet viser til Dokument 8:174 S (2017–2018), som er til behandling i helse- og omsorgskomiteen, og ønsker å fremheve regjeringens strategi for ungdomshelse, der ett av målene er å styrke kompetanse om kosthold og trening/fysisk aktivitet hos ungdom, slik at de blir trygge på egne valg, i stand til å stå imot usunne diett- og treningsregimer, at de kritisk kan vurdere blogger, trender og motedietter, og stå imot økt kroppspress. Et annet mål i strategien er at færre unge skal oppleve kroppspress. Arbeidet med å nå disse målene er i gang.

16. mai 2018 gjennomførte regjeringspartiene og Kristelig Folkeparti et seminar om kroppspress på Stortinget. Flere innledere påpekte at utfordringene med kroppspress stikker langt dypere enn reklame i det offentlige rom, og det ble påpekt at vi bør sette inn ressursene på arbeid for bedre holdninger. Forbrukertilsynet var en av flere innledere som påpekte at håndhevingen av markedsføring og reklame i dag er vanskelig. Ofte er det en byråkratisk rundgang mellom ulike tilsyn og fagmyndigheter. Flertallet vil derfor anbefale at regjeringen ser på ansvarsfordelingen mellom Helsetilsynet,

Mattilsynet og Forbrukertilsynet når det gjelder markedsføring av ulike tilbud om kosmetisk kirurgi, slankeprodukter og andre tilbud om tjenester som bygger opp under økt kroppspress.

Flertallet mener kosmetiske inngrep ikke skal kunne reklameres for via tredjepart. Bruk av såkalte influensere for å reklamere for kosmetiske inngrep har i veldig stor grad bidratt til å normalisere kosmetiske inngrep, spesielt blant unge. Kosmetiske klinikker tilbyr ofte bloggere og influensere kosmetiske inngrep gratis og rabattkoder til deres følgere. Rabattkoder fungerer i mange tilfeller slik at bloggere/influensere får en andel av alle kjøp som utføres gjennom den spesifikke koden. Dette betyr at bloggere/influensere får et eget økonomisk insentiv til å fremme et skjønnhetsideal de selv tjener på. En løsning på utfordringen kan være å redusere muligheten klinikkene har til å reklamere gjennom tredjepartsannonsering, ved å stille strengere krav til innholdet i reklame for kosmetiske inngrep. Slike krav kan være at all reklame for kosmetiske inngrep skal gis av autorisert helsepersonell, og at avsender skal være synlig og gjenkjennelig.

En innleder var spesielt invitert for å snakke om kroppspress for unge gutter. En av konklusjonene var at mange unge gutter i dag mangler mannlige rollemodeller. Flertallet er enige i denne analysen og vil konkret oppfordre regjeringen til å intensivere arbeidet med å rekruttere menn til barnehageutdanningen, som beskrevet i Jeløyplattformen. Et arbeid for å rekruttere menn til skolehelsetjenesten bør også vurderes. Det nasjonale prosjektet «Menn i helse», som har til formål å bidra til økt rekruttering av menn til helsesektoren, bør gjøres landsdekkende.

Andre relevante områder er innføring av seksualitet og grensesetting som tema i barnehagene, og en god seksualitetsundervisning i skolen. Regjeringen har også satt ned et rådgivende offentlig utvalg (#UngIDag-utvalget), som kan komme med konkrete forslag til blant annet arbeidet for redusert kroppspress.

Flertallet anbefaler ingen handlingsplan mot kroppspress og viser til at det i Jeløyplattformen er beskrevet at regjeringen vil legge frem en opptrappingsplan for barn og unges psykiske helse. Regjeringen har i den samme plattformen også satt mål om styrking av skolehelsetjenesten med særlig vekt på psykisk helse og et mål om psykologer i alle kommuner.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti viser til Representantforslag 174 S (2017–2018), der det ble foreslått tiltak for å regulere markedsføring, vilkår for bruk av injiserende kosmetiske stoffer mv. Denne saken er nå til behandling i helse- og omsorgskomiteen.

Disse medlemmer slutter seg til forslagsstillerens ønske om en bedre regulering av forhold som påfører mange unge et kroppspress som kan medføre store psykiske problemer for de unge, uavhengig av kjønn. Dagens digitale hverdag og pågående reklamebransje bidrar til å forstørre omfang og kompleksitet av de konsekvensene mange unge møter, det er derfor et politisk ansvar å vurdere en strengere regulering av forhold som kan føre til mindre kroppspress og bedre de unges psykiske helse.

Komiteens medlem fra Senterpartiet viser til strategidokumentet «Mestre hele livet» (2017–2022), som inneholder ulike mål og tiltak for god psykisk helse. Et eget kapittel er viet barn og unges psykiske helse, men strategien mangler en anerkjennelse av at barn og unge i dag opplever økt kroppspress og sliter med dårlig selvbilde. Strategien mangler tiltak mot kroppspress, noe som bekrefter at det er en manglende forståelse for hvor stort problemet faktisk er, og hvordan det påvirker barn og unges psykiske helse.

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Sosialistisk Venstreparti, er videre kjent med at Helse- og omsorgsdepartementet har igangsatt et arbeid med en opptrappingsplan for barn og unges psykiske helse. Flertallet er av den oppfatning at det vil være formålstjenlig å innarbeide tiltak mot kroppspress i denne opptrappingsplanen. Arbeidet vil slik sett harmonisere bedre, og man sikrer at tiltak mot kroppspress blir en del av en større helhetlig plan for barn og unges psykiske helse.

Komiteen fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen inkludere tiltak som motvirker kroppspress, samt andre tiltak som fremmer positivt selvbilde og selvfølelse, i opptrappingsplanen for barn og unges psykiske helse.»

Komiteens medlem fra Senterpartiet viser til at de senere årene har vært en økning i markedsføring av kosmetisk kirurgi og annen markedsføring som har et sterkt kroppsfokus og som fremmer visse typer skjønnhetsidealer.

Dette medlem er bekymret for effekten slik markedsføring har på barn og unge, men også generelt på sårbare mennesker. Det er behov for i større grad å regulere denne type reklame. Dette medlem viser til at flere kommuner har innført ulike reguleringer for retusjert reklame. Det gjelder bl.a. Tromsø, Kristiansand Trondheim, Sandnes, Harstad og Oslo. Dette medlem finner det svært positivt at flere kommuner tar problemet på alvor og viser vilje til å regulere/forby retusjerte reklamer på offentlig eide steder.

Dette medlem er imidlertid i tvil om et absolutt forbud mot kommersiell markedsføring av kosmetisk

kirurgi er rett vei å gå for å motvirke kroppspress. Et nasjonalt forbud i Norge vil eksempelvis ikke hindre utenlandske virksomheter fra å påvirke potensielle kunder til å benytte seg av kosmetisk kirurgi. Med andre ord løser vi ikke problemet, men forflytter det. Dette medlem mener det er nødvendig å utrede nærmere i hvilken grad og i hvilket omfang markedsføring av kosmetisk kirurgi kan og bør reguleres.

Det vises for øvrig til Dokument 8:174 (2017–2018), som Stortinget har til behandling nå. Dette medlem mener at intensjonen bak dette forslaget, som blir behandlet i helsekomiteen, og forslaget som behandles i denne innstillingen, må sees i sammenheng. Dette medlem støtter intensjonene bak begge forslagene. Dette medlem mener at markedsføring av kosmetisk kirurgi bør reguleres bedre. Særlig gjelder det reklame som bidrar til usunt kroppsideal, og slik reklame rettet mot barn og unge.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede innstramming i reguleringen av kommersiell markedsføring av kosmetisk kirurgi, særlig reklame som bidrar til usunt kroppsideal og som også når barn og unge.»

Komiteens flertall, alle unntatt medlemmet fra Sosialistisk Venstreparti, viser til at Forbrukertilsynet fra 1. januar 2018 fikk utvidet makt til blant annet å ilegge økonomiske sanksjoner. Tilsynet håndhever markedsføringsloven og skal følgelig også føre tilsyn med reklame som retter seg mot barn og unge, jf. markedsføringslovens kapittel 4.

Flertallet mener det er behov for å styrke innsatsen mot reklame som har skadelig effekt på barn og unges selvbilde. Forbrukertilsynet bør i dette henseende intensivere tilsynet med reklame som har et urealistisk og usunt fokus på kropp og utseende.

Komiteen fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen sikre et forsterket tilsyn med usunn reklame som retter seg mot barn og unge, særlig reklame som promoterer urealistiske skjønnhetsidealer og bidrar til kroppspress.»

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti viser til representantforslaget og understreker igjen behovet for å gjøre noe med det økende kroppspresset som spesielt rammer ungdom. Den tredje vanligste dødsårsaken blant unge jenter i Europa er spiseforstyrrelser. Stadig flere ungdommer sliter med sin psykiske helse. Reklamebransjen og skjønn-

hetsindustrien utsetter ungdom for et stadig større press. I SIFO-rapporten Retusjert reklame og kroppspress fra 2014 kom det frem at det er en sammenheng mellom reklame, kroppspress og psykisk helse. Siden 2014 har reklamen bare bredt om seg, spesielt gjennom målretta markedsføring mot unge i sosiale medier. Derfor er problemstillingen mer aktuell enn noen gang, og disse medlemmer mener at tiltak mot kroppspress er nødt til å også inkludere tiltak mot reklame som gir uoppnåelige skjønnhetsidealer blant unge.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Sosialistisk Venstreparti viser til forslaget om en nasjonal handlingsplan mot kroppspress, og at andre forebyggende tiltak bør være en del av handlingsplanen i tillegg til punktene som nevnes her.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti fremmer alle forslagene fra Representantforslag 187 S (2017–2018) med enkelte mindre justeringer:

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag til en nasjonal handlingsplan mot kroppspress, som inkluderer en vurdering av barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning, gjennomgang av markedsføringslovens vern av barn og unge, felles retningslinjer for kommersielle aktører i sosiale medier og tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen. Handlingsplanen må særlig se på nye plattformer som sosiale medier og apper og fremme tiltak for å hindre kroppspress på slike plattformer.»

«Stortinget ber regjeringen foreslå de nødvendige lovendringer for å forby kommersiell markedsføring av kosmetisk kirurgi og utrede hvordan kommersiell markedsføring av helseskadelige slankeprodukter kan forbys.»

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake med sak om tiltak for å begrense reklame i det offentlige rom, gjennom for eksempel å opprette reklamefrie soner i nær omkrets av skoler.»

«Stortinget ber regjeringen styrke håndhevingen av markedsføringslovens kapittel 4 om særlig beskyttelse av barn, blant annet ved å gi Forbrukertilsynet mandat til å slå hardere ned på skadelig og kroppsfiksert reklame og såkalte retusjeringsapper rettet mot barn og unge.»

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven i bestemmelsen om god markedsføringskikk, markedsføringsloven § 2, som presiserer at annonsør skal sørge for at reklamen ikke viser et urealistisk eller usunt skjønnhetsideal, blant annet gjennom merking av reklame som gjennom retusjering endrer kroppsfasongen til mennesker i reklamen.»

«Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven § 21, som regulerer god markedsføringskikk overfor barn, for å hindre reklame rettet mot barn generelt, og motvirke kroppspress mot unge spesielt.»

Komiteens medlem fra Kristelig Folkeparti viser til følgende formulering fra Kristelig Folkepartis politiske program:

«Barn og unge må gis kunnskap slik at de kan forholde seg reflektert til reklame og kjøpepress. Sterk kommersiell påvirkning av barn og unge kan på en uheldig måte påvirke deres selvforståelse og identitet. Det er derfor viktig med begrensninger på reklame direkte rettet mot barn. KrF vil også innføre merking av retusjert reklame for å hindre at ungdom utvikler urealistiske og usunne kropps- og skjønnhetsidealer.»

Dette medlem støtter derfor forslagene i dette representantforslaget og vil understreke at spesielt der hvor barn og unge er målgruppen, har lovgivende forsamling et særskilt ansvar for å regulere det kommersielle kroppspresset. I tillegg vil dette medlem påpeke at selv om dette negative presset fortsatt utøves gjennom tradisjonell markedsføring i lineære medier og på reklameplakater, vet vi at problemet i økende grad overføres til sosiale medier og mobilapplikasjoner rettet mot barn og unge. Derfor mener dette medlem at det er avgjørende at flere av forslagene som her fremmes, også spesielt retter seg mot nyere plattformer og medier.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti merker seg at regjeringen skal legge frem en opptrappingsplan for psykisk helse høsten 2018. I den forbindelse vil dette medlem understreke at tiltak mot kroppspress bør være en del av denne opptrappingsplanen, og fremmer derfor følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag til en strategiplan mot kroppspress i forbindelse med opptrappingsplanen for psykisk helse høsten 2018, som inkluderer en vurdering av barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning, gjennomgang av markedsføringslovens vern av barn og unge, felles retningslinjer for kommersielle aktører i sosiale medier og tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen. Handlingsplanen må særlig se på nye plattformer som sosiale medier og apper og fremme tiltak for å hindre kroppspress på slike plattformer.»

Forslag fra mindretall

Forslag fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti:

Forslag 1

Stortinget ber regjeringen utrede innstramming i reguleringen av kommersiell markedsføring av kosmetisk kirurgi, særlig reklame som bidrar til usunt kroppsideal og som også når barn og unge.

Forslag 2

Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven i bestemmelsen om god markedsføringskikk, markedsføringsloven § 2, som presiserer at annonsør skal sørge for at reklamen ikke viser et urealistisk eller usunt skjønnhetsideal, blant annet ved merking av reklame som gjennom retusjering endrer kroppsfasongen til mennesker i reklamen.

Forslag 3

Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven § 21, som regulerer god markedsføringskikk overfor barn, for å hindre reklame rettet mot barn generelt, og motvirke kroppspress mot unge spesielt.

Forslag fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti:

Forslag 4

Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag til en nasjonal handlingsplan mot kroppspress, som inkluderer en vurdering av barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning, gjennomgang av markedsføringslovens vern av barn og unge, felles retningslinjer for kommersielle aktører i sosiale medier og tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen. Handlingsplanen må særlig se på nye plattformer som sosiale medier og apper og fremme tiltak for å hindre kroppspress på slike plattformer.

Forslag 5

Stortinget ber regjeringen foreslå de nødvendige lovendringer for å forby kommersiell markedsføring av kosmetisk kirurgi og utrede hvordan kommersiell markedsføring av helseskadelige slankeprodukter kan forbyes.

Forslag 6

Stortinget ber regjeringen komme tilbake med sak om tiltak for å begrense reklame i det offentlige rom, gjennom for eksempel å opprette reklamefrie soner i nær omkrets av skoler.

Forslag 7

Stortinget ber regjeringen styrke håndhevingen av markedsføringslovens kapittel 4 om særlig beskyttelse av barn, blant annet ved å gi Forbrukertilsynet mandat til å slå hardere ned på skadelig og kroppsfiksert reklame og såkalte retusjeringsapper rettet mot barn og unge.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti:

Forslag 8

Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag til en strategiplan mot kroppspress i forbindelse med opptrappingsplanen for psykisk helse høsten 2018, som inkluderer en vurdering av barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning, gjennomgang av markedsføringslovens vern av barn og unge, felles retningslinjer for kommersielle aktører i sosiale medier og tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen. Handlingsplanen må særlig se på nye plattformer som sosiale medier og apper og fremme tiltak for å hindre kroppspress på slike plattformer.

Komiteens tilråding

Komiteens tilråding fremmes av en samlet komité.

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til representantforslaget og rår Stortinget til å gjøre følgende

vedtak:

I

Stortinget ber regjeringen inkludere tiltak som motvirker kroppspress, samt andre tiltak som fremmer positivt selvbilde og selvfølelse, i opptrappingsplanen for barn og unges psykiske helse.

II

Stortinget ber regjeringen sikre et forsterket tilsyn med usunn reklame som retter seg mot barn og unge, særlig reklame som promoterer urealistiske skjønnhetsidealer og bidrar til kroppspress.

Oslo, i familie- og kulturkomiteen, den 29. mai 2018

Kristin Ørmen Johnsen

leder

Olav Urbø

ordfører

VEDLEGG**Brev fra Barne- og likestillingsdepartementet v/statsråd Linda Hofstad Helleland til familie- og kulturkomiteen, datert 26. april 2018****Representantforslag – Dokument 8:187 S (2017-2018)**

Jeg viser til brev av 11.04.2018 fra Familie- og kulturkomiteen med oversendelse av representantforslag Dokument 8:187 S (2017-2018) fra stortingsrepresentantene Freddy André Øvstegård, Solfrid Lerbrekk og Nicholas Wilkinson om kroppspress og reklameindustrien. Komiteen ber om departementets vurdering av forslaget. Representantene har fremmet følgende forslag:

1. Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag til en nasjonal handlingsplan mot kroppspress, som inkluderer en vurdering av barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning, gjennomgang av markedsføringslovens vern av barn og unge, felles retningslinjer for kommersielle aktører i sosiale medier og tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen.
2. Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven i bestemmelsen om god markedsføringsskikk, markedsføringsloven § 2, som presiserer at annonsør skal sørge for at reklamen ikke viser et urealistisk eller usunt skjønnhetsideal, blant annet gjennom merking av reklame som gjennom retusjering endrer kroppsfasongen til mennesker i reklamen.
3. Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven § 21, som regulerer god markedsføringsskikk overfor barn, for å hindre reklame rettet mot barn generelt, og motvirke kroppspress mot unge spesielt.
4. Stortinget ber regjeringen foreslå de nødvendige lovendringer for å forby kommersiell markedsføring av kosmetisk kirurgi, og utrede hvordan kommersiell markedsføring av helseskadelige slankeprodukter kan forbys.
5. Stortinget ber regjeringen komme tilbake med sak om tiltak for å begrense reklame i det offentlige rom, gjennom for eksempel å opprette reklamefrie soner i nær omkrets av skoler.
6. Stortinget ber regjeringen styrke håndhevingen av markedsføringslovens kapittel 4 om særlig beskyttelse av barn, blant annet ved å gi Forbrukertilsynet mandat til å slå hardere ned på skadelig reklame rettet mot barn og unge.

Jeg syns det er positivt at representantene er opp-tatt av å redusere kroppspresset mot barn og unge. Kroppspress er en av flere faktorer som kan ha betydning for barn og unges psykiske helse. Jeg vil presisere at psykisk helse er ett av regjeringens viktigste satsnings-

områder. Dette slås fast i Jeløya-plattformen. I august 2017 la vi frem "mestre hele livet" en strategi for god psykisk helse (2017-2022). Strategien omtaler blant annet barn og unges bruk av sosiale medier. Sosiale medier synes å være en viktig faktor for at barn og unge opplever kroppspress.

Med økt bruk av sosiale medier er det viktig at bloggere og andre aktører med stor påvirkningskraft i slike medier, såkalte påvirkere, er gode forbilder når det gjelder å redusere kroppspress. Kroppspresset barn og unge opplever er et problem som må tas på alvor. Jeg har derfor tatt initiativ til en diskusjon med disse aktørene for å øke bevisstheten rundt den påvirkningen de har på barn og unge. Jeg vil ha en dialog og et samarbeid med påvirkere, deres nettverk og annonsører slik at det kan utarbeides mer forpliktende, etiske retningslinjer på området. Ulike myndigheter vil også være sentrale bidragsytere i dette arbeidet. Jeg kommer til å følge opp dette arbeidet.

Lovregulering er et kraftig virkemiddel. Samtidig er det usikkert om man faktisk kan oppnå et redusert kroppspress gjennom strengere regler. I tillegg må det understrekes at innholdet påvirkerne publiserer, og som skaper et kroppspress, er beskyttet av ytringsfriheten og Grunnloven § 100. Dersom innholdet ikke anses som markedsføring, er det begrensede muligheter til å lovregulere disse ytringene. Jeg ønsker derfor først å forsøke å få til endringer gjennom et samarbeid med sentrale aktører. Dersom dette arbeidet ikke lykkes, må lovregulering eventuelt vurderes.

Jeg kan også nevne at Barne- og likestillingsdepartementet har fått utarbeidet et undervisningshefte om reklame. Heftet er distribuert bredt i norske skoler og skal bidra til å øke unges bevissthet og kritiske tenkning omkring reklame. Heftet tar blant annet for seg retusjert reklame. Det gir også opplæring i forskjellige virkemidler, om ulike reklamekanaler og hvordan reklame påvirker. Målet med heftet er å gi de unge sunne og bevisste holdninger til reklame slik at de kan stå imot kjøpepress og reklame som spiller på urealistiske kroppsidealer.

Vurderingene av forslag 1 og 4 er utarbeidet i samarbeid med Helse- og omsorgsdepartementet.

1. **Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag til en nasjonal handlingsplan mot kroppspress, som inkluderer en vurdering av barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning, gjennomgang av markedsføringslovens vern av barn og unge, felles retningslinjer for kommersielle**

aktører i sosiale medier og tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen.

Helse- og omsorgsdepartementet og Barne- og likestillingsdepartementet arbeider med temaet kroppspress og ungdoms psykiske helse gjennom en rekke tiltak og dokumenter. Det innhentes også forskning på området som grunnlag for videre arbeid.

Strategi for god psykisk helse, som i kapittel 7 omhandler psykisk helse hos barn og unge, vil følges opp av en opptrappingsplan for barn og unge. Regjeringen vil følge opp strategien blant annet ved å tilrettelegge for bedre kunnskapsgrunnlag om helse, livskvalitet, levekår og helsetjenestetilbud til barn og unge, herunder hvordan sosiale medier påvirker barn og unges psykiske helse. Regjeringen vil også videreutvikle digital informasjon og interaktive tjenester til ungdom knyttet til kropp og helse.

Jeg har som nevnt også tatt initiativ til at påvirkere som benytter sosiale medier skal ta et større ansvar for den påvirkningen de har på barn og unge.

Jeg mener derfor at det ikke er nødvendig å utarbeides forslag til en nasjonal handlingsplan mot kroppspress. Arbeidet med kroppspress og ungdoms psykiske helse bør følges opp i de prosessene som allerede er igangsatt av regjeringen.

2. Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven i bestemmelsen om god markedsføringsskikk, markedsføringsloven § 2, som presiserer at annonsør skal sørge for at reklamen ikke viser et urealistisk eller usunt skjønnhetsideal, blant annet gjennom merking av reklame som gjennom retusjering endrer kroppsfasongen til mennesker i reklamen.

Jeg ser at det er utfordringer knyttet til markedsføring og kroppspress. Departementet er imidlertid i tvil om det er hensiktsmessig, slik forslagsstillerne foreslår, å innføre et forbud mot reklame som viser et "urealistisk eller usunt skjønnhetsideal" i markedsføringsloven.

Reklame som skaper kroppspress kan allerede i dag være forbudt etter markedsføringsloven § 2, forutsatt at tiltaket også innebærer en krenkelse av grunnleggende moraloppfatninger eller likestilling mellom kjønnene. Det finnes også annet regelverk som begrenser eller forbyr reklame for varer og tjenester som skaper kroppspress. For eksempel er det forbudt å reklamere for Botox etter legemiddelforskriften § 13-5 og Forbrukertilsynet har vurdert at reklame for "fillers" rettet mot barn er i strid med markedsføringslovens regler om god markedsføringsskikk.

Jeg vil også påpeke at å forby reklame med urealistiske eller usunne skjønnhetsideal for å motvirke kroppspress vil skape store utfordringer knyttet til den nærmere grensegangen. I tillegg er det mye av innholdet

som påvirkerne publiserer på blogger og sosiale medier som ikke kan anses som markedsføring. Slikt innhold kan også medføre kroppspress, men kan ikke forbys gjennom endringer i markedsføringsloven. Som nevnt så vil innholdet være beskyttet av ytringsfriheten og Grunnloven § 100, noe som setter snevre rammer for eventuell lovregulering.

Forbrukertilsynet har til nå ikke mottatt noen klager på bruk av retusjering i markedsføring som kan bidra til kroppspress hos barn og unge.

3. Stortinget ber regjeringen foreslå endring av markedsføringsloven § 21, som regulerer god markedsføringsskikk overfor barn, for å hindre reklame rettet mot barn generelt, og motvirke kroppspress mot unge spesielt.

Å hindre reklame rettet mot barn generelt, vil etter departementets vurdering neppe være i tråd med direktivet om urimelig handelspraksis (direktiv 2005/29/EF) som markedsføringsloven bygger på. Dette er grundig vurdert i forarbeidene til markedsføringsloven, Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) punkt 8.6, hvor det ble konkludert med at et generelt forbud vil være i strid med direktivet om urimelig handelspraksis. Forslaget fra forslagsstillerne vil dermed være i strid med Norges EØS-rettslige forpliktelser.

Barn og unge har et særlig vern mot markedsføring i dagens markedsføringslov, og Forbrukertilsynet fører tilsyn med dette regelverket. Dette gjør Forbrukertilsynet ved å foreta jevnlig tilsynsaksjoner, blant annet med fokus på bloggere og andre påvirkere markedsføring på sosiale medier. Forbrukertilsynet vurderer også markedsføring basert på klager eller tips fra forbrukerne, eller på eget initiativ.

4. Stortinget ber regjeringen foreslå de nødvendige lovendringer for å forby kommersiell markedsføring av kosmetisk kirurgi og utrede hvordan kommersiell markedsføring av helseskadelig slankeprodukter kan forbys.

Markedsføring av kosmetisk kirurgi er allerede i dag undergitt en streng regulering. Forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep stiller krav til hvordan behandlingen presenteres og merkes. Markedsføring av kosmetiske inngrep skal ikke utformes på en måte som kan virke støtende eller krenkende eller som spiller på folks fordommer mot normale kroppsvariasjoner.

Dersom markedsføring av kosmetisk kirurgi rettes mot barn, vil markedsføringslovens regler supplere forskriften. Forbrukertilsynet antar at slik markedsføring er ulovlig etter markedsføringslovens regler om god markedsføringsskikk.

Jeg mener det ikke er hensiktsmessig med et absolutt forbud mot kommersiell markedsføring av kosme-

tisk kirurgi. Det er her snakk om en lovlig virksomhet som allerede er underlagt strenge regler for markedsføring.

Også helseskadelige slankeprodukter er underlagt regulering i dag. Matloven oppstiller et overordnet forbud mot å omsette næringsmiddel som ikke er trygt. Et næringsmiddel skal anses for ikke å være trygt dersom det betraktes som helseskadelig eller uegnet for konsum. I tillegg er det gitt regler om markedsføring av slankeprodukter i slankeproduktforskriften. Helsepersonelloven § 13 krever at markedsføring av helse- og omsorgstjenester fra helsepersonell skal være "forsvarlig, nøktern og saklig". Det er også EU-regelverk som er relevant og som vil legge føringer for i hvilken grad Norge kan forby markedsføring av produkter som det ellers er lov å markedsføre i EØS-området.

5. Stortinget ber regjeringen komme tilbake med sak om tiltak for å begrense reklame i det offentlige rom, gjennom for eksempel å opprette reklamefrie soner i nær omkrets av skoler.

På skolens område er det regler om markedsføring i opplæringsloven. Skoleeier skal sørge for at elevene ikke blir utsatt for reklame som er egnet til å skape kommersielt press, eller som i stor grad kan påvirke holdninger, atferd og verdier.

Forslaget fra forslagsstillerne har et godt formål: å begrense markedsføring som kan påvirke barn og unge på steder der barn ferdes. Det er imidlertid usikkert hvor hensiktsmessig reklamefrie soner vil være for å motvirke barn og unges kroppspress. Bruk av sosiale medier synes å være en viktig faktor for at barn og unge opplever kroppspress. Å forby reklame i nær omkrets av skoler vil etter departementets vurdering derfor ha liten effekt.

Videre vil forslaget skape utfordringer knyttet til den nærmere grensegangen. Reklamefrie soner i samfunnet vil dessuten være vanskelig å håndheve.

6. Stortinget ber regjeringen styrke håndhevingen av markedsføringslovens kapittel 4 om særlig beskyttelse av barn, blant annet ved å gi Forbrukertilsynet mandat til å slå hardere ned på skadelig reklame rettet mot barn og unge.

Fra 1. januar 2018 fikk Forbrukertilsynet sterkere virkemidler for å slå ned på ulovlig markedsføring etter markedsføringsloven. De nye reglene gir blant annet Forbrukertilsynet vedtakskompetanse i alle saker. Dette gjør at Forbrukertilsynet raskt og effektivt kan gripe inn mot ulovlig markedsføring og kan ilegge sanksjoner dersom næringsdrivende ikke innretter seg. Dette gjelder også markedsføringslovens regler om markedsføring rettet mot barn og unge.

