

Dokument nr. 8:78

(2001-2002)

Forslag fra stortingsrepresentantene Lena Jensen og Rune J. Skjælaaen om lovforbud mot reklame i lærebøker i grunnskole og videregående skole

Til Stortinget

Bakgrunn

Oppvekstmiljøet for unge i dag preges av en økende kommersialisering. Barn og unge er i stigende grad målgruppe for kommersielle budskap. Ett uttrykk for dette er at tilbudet om reklamefinansierte skolebøker rettet mot norske ungdomsskoler og videregående skoler øker. En kartlegging av sponning i skoler i Norden viste at de aller fleste norske grunnskoler mottar tilbud om reklamefinansierte gratisprodukter, blant annet arbeidsbøker og lærebøker (*Sponsring i skolan*, TemaNord 2000:522). I 1999 inngikk flere grunnskoler avtale om reklamefinansiering av skrivebøker. I dag tilbyr selskapet Freebook to norske lærebøker gratis til ungdomsskolen og den videregående skolen, finansiert gjennom bedriftsannonser bakerst i bøkene.

Reklamefinansierte skolebøker vil bidra til å øke kjøpepresset mot barn og unge. Barn er dårligere rustet til å forstå og motstå budskapet i reklamen. Men også ungdom i videregående skolealder har behov for en frison for kommersiell påvirkning. Ungdom er en attraktiv målgruppe for kommersielle aktører, og mange unge opplever i dag et sterkt slanke- og motepress. Et resultat av dette er at spiseforstyrrelser er et økende problem blant ungdom. Det er derfor viktig å sette klare grenser for det kommersielle presset i norske skoler. Reklame gjennom skolebøker gir annonsørene en kanal med stor legitimitet.

Lærebøkernes faglige kvalitet og integritet vil også bli satt under press, dersom det åpnes for reklamefinansiering av skolebøker. Den faglige kvaliteten kan forringes ved at gratis, reklamefinansierte bøker kan komme til å utkonkurrere bedre og dyrere alternativer uten reklame. Grunnskolene og elevene i den videregående skolen kan se seg nødt til å velge de billigste bøkene framfor de beste. Med skolebøker finansiert av kommersielle aktører, vil man dessuten risikere at det faglige innholdet påvirkes, eller kan mistenkes for å påvirkes, av annonsørenes interesser.

Tilbud om reklamefinansierte lærebøker vil også kunne skape større ulikheter i undervisningstilbudet. Det er i dag store økonomiske variasjoner mellom kommunene og innen kommunene. Selv om kommunene og fylkeskommunene som skoleeiere vil ønske å sette høye krav til kvaliteten, kan stramme budsjetter i enkelte kommuner resultere i at de føler seg tvunget til å ta i bruk reklamefinansierte lærebøker. På sikt kan et tilbud om reklamefinansierte skolebøker bidra til å undergrave det offentliges ansvar for skolens økonomi. Noen skoler og noen miljøer vil gjerne være mer attraktive for annonsører enn andre, noe som også kan bidra til økte forskjeller i barnas tilbud.

I november 1999 ble det satt ned et utvalg for å utrede tiltak for å redusere det kommersielle presset mot barn og unge, blant annet i skolen. Det såkalte Nyborg-utvalget leverte sin utredning i februar 2001 (*NOU 2001:6 Oppvekst med prislapp? Om kommersialisering og kjøpepress mot barn og unge*). Når det gjaldt skole og undervisning, konkluderte Nyborg-utvalget med at

«Skolen bør sikres som en frison for kommersiell påvirkning og gis styrkede muligheter til formidling av kunnskap og holdninger til forbruk, kommersialisering og kjøpepress. Utvalget foreslår at det lovfestes et forbud mot reklame i lærebøker og undervisningsmaterieell i grunnskolen. Et nytt tredje ledd i markedsføringslovens § 1 blir da: Reklame i lærebøker i grunnskolen skal anses som urimelig og i strid med god markedsføringskikk dersom ikke forholdene tilsier noe annet.»

Utvalget mente det heller ikke var ønskelig med reklame i undervisningsmaterieell i den videregående skolen, men at prinsippet om at lærebøkene skal være fri for reklame burde praktiseres med noe større fleksibilitet på dette skoletrinnet. Utvalgets mindretall ønsket derimot at dette prinsippet også skulle omfatte videregående skole.

Forslagsstillerne støtter Nyborg-utvalgets anbefa-

ling om at skolen som hovedregel bør være en frisone for kommersiell påvirkning. Det er ikke mulig å skjermes skolehverdagen totalt mot reklame og spon-sing. Elevene vil møte reklame i skolemiljøet, også i undervisningen, fra supplerende informasjonskilder som Internett og andre medier. Det er også ønskelig at undervisningen knyttes til samfunnet rundt, og at skolene samarbeider med næringslivet. Men på grunn av de ovennevnte forhold, bør lærebøker som dekker vesentlige deler av læreplanen i et fag, og som elevene skal bruke regelmessig, være fri for reklame både i grunnskolen og den videregående skolen. Det gjelder også arbeidsbøker og undervisningsmateriell som skolen finansierer og distribuerer.

Forslagsstillerne mener at det sterke kommersielle presset unge utsettes for i dag, mote- og slankepresset i mange ungdomsmiljøer, og utbredelsen av spiseforstyrrelser må tillegges vekt i vurderingen av lovforbud mot reklame også i videregående skole. På dette trinnet betaler elevene i dag selv for det nødven-dige undervisningsmaterialet. Behovet for lærebø-ker og arbeidsbøker skal likevel ikke måtte dekkes av

næringslivet, men av det offentlige. Staten må derfor bidra til rimeligere løsninger for elevene, gjennom gode stipendordninger.

Høringsfristen for Nyborg-utvalgets utredning gikk ut 1. juni 2001, men Stortinget har ennå ikke mottatt noen oppfølging av utvalgets arbeid. For-slagsstillerne mener Regjeringen nå må legge fram en sak for Stortinget om den delen av Nyborg-utval-gets arbeid som omhandler spørsmålet om å lovfeste forbud mot reklame i norske lærebøker.

Forslag

På denne bakgrunn fremmes følgende

f o r s l a g :

Stortinget ber Regjeringen legge fram forslag om lovforbud mot reklame i lærebøker i grunnskolen og den videregående skolen.

26. februar 2002