



## STORTINGET

# Representantforslag 187 S

(2017–2018)

fra stortingsrepresentantene Freddy André Øvstegård, Solfrid Lerbrekk og Nicholas Wilkinson

Dokument 8:187 S (2017–2018)

### Representantforslag fra stortingsrepresentantene Freddy André Øvstegård, Solfrid Lerbrekk og Nicholas Wilkinson om kroppspress og reklameindustrien

Til Stortinget

#### Bakgrunn

Ungdom sliter med sin psykiske helse. Folkehelseinstituttet anslår at omtrent 70 000 barn og unge har psykiske lidelser som krever behandling (Folkehelseinstituttet 2015), over halvparten av 10. klasse-jenter i Oslo skolen har psykiske helseplager, og anoreksi er den tredje vanligste dødsårsaken blant unge jenter.

Kroppspress blir pekt på som en av de viktigste årsakene til at mange unge sliter psykisk. Ungdom blir utsatt for et massivt press om å se bra ut gjennom blant annet reklame og sosiale medier, og modellene som vises, er ofte digitalt retusjert. Dette utsetter ungdom for et skjønnhetsideal som er umulig å oppnå. Press, ungdomsorganisasjonen til Redd Barna, leverte nylig en rapport kalt «Prosjekt Perfekt», som har undersøkt kroppspress mot unge blant 2 000 ungdommer, og funnene er sjokkerende: Blant de 2 000 spurte ønsker 68 prosent av jentene og 52 prosent av guttene å endre på eget utseende. 43 prosent sier de kjenner på kroppspress i sin egen hverdag.

#### Nasjonal handlingsplan mot kroppspress

Samtidig vies det 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, tiltak som regulerer reklame- og mediebransjen.

#### Reklameindustrien

Reklameindustrien pekes på som en av de viktigste årsakene til det økende kroppspresset. I rapporten «Retusjert reklame og kroppspress» henviser Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) til forskningsresultater som viser sammenhenger mellom reklame, kroppspress og psykisk helse. Blant annet vises det til at når modeller framstilles som attraktive, påvirker det hvordan barn ser på egen kropp. Det pekes på «physical attractive stereotype (PA)», som beskriver fenomenet hvor man tilegner attraktive mennesker positive personlighetstrekk. Det er store mengder reklame i det offentlige rom, og sosiale medier har de siste årene åpnet for enda mer aggressiv og spesialtilpasset reklame som spesielt treffer unge svært effektivt. I dette bildet kan spesielt kommersiell reklame for kosmetisk kirurgi og slankepiller, samt reklame med retusjerte modeller, være særlig skadelig. Alvoret blir tydelig når ungdom melder om at det dukker opp reklame for brystoperasjoner på sjekkeappen Tinder.

Reklameindustrien er en stor industri med massiv omsetning. De siste tilgjengelige tallene fra 2015 viser at

de norske reklamebyråene alene hadde en omsetning på 8,4 mrd. kroner. De globale aktørene gjør dette til småpenger, spesielt med tanke på hva som har skjedd med digital annonsering siden 2015 på sosiale medier. Med andre ord er det grunn til å anta at reklameindustrien omsetter for massive summer gjennom å eksponere ungdom for reklame som kan bidra til økt kroppspress. Reklameindustrien tjener penger på ungdoms dårlige selvbilde. Ungdommens helse er viktigere enn bransjens frihet til å reklamere 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. Reklame rettet mot barn, tobakksreklame og alkoholreklame er allerede forbudt, da mener forslagsstillerne at det er mulig og ønskelig å innføre et forbud mot kommersiell reklame for kosmetisk kirurgi og slankeprodukter. I tillegg er det nødvendig å redusere reklame i det offentlige rom, gjøre flere innskjerper i markedsføringsloven og ikke minst styrke Forbrukertilsynets mandat og mulighet for å blant annet håndheve forbudet mot reklame rettet mot barn.

## Forslag

På denne bakgrunn 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 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.

5. april 2018

**Freddy André Øvstegård**

**Solfrid Lerbrekk**

**Nicholas Wilkinson**