



STORTINGET

# Representantforslag 94 S

(2018–2019)

fra stortingsrepresentant Hulda Holtvedt

Dokument 8:94 S (2018–2019)

---

## Representantforslag fra stortingsrepresentant Hulda Holtvedt om å redusere kropps- og skjønnhetspress blant unge

---

Til Stortinget

### Bakgrunn

Psykiske plager er et folkehelseproblem, også blant unge. Folkehelseinstituttet rapporterte i 2018 om at 5 prosent av barn og unge opptil 17 år behandles for psykiske lidelser. Blant jenter mellom 15 og 17 år har andelen som behandles for psykiske lidelser, økt fra 5 prosent til 7 prosent mellom 2008 og 2016, altså en relativ økning på 40 prosent på fem år.

Langt flere enn de som går til behandling, rapporterer om symptomer på dårlig psykisk helse. Den årlige, nasjonale Ungdata-undersøkelsen viser at ungdom rapporterer mer om psykiske plager enn før. Hver tredje elev i videregående skole oppgir at de føler seg «ulykkelige, triste eller deprimerte», og nesten halvparten føler at «alt er et slit» og «bekymrer seg for mye om ting». Den store forekomsten understreker at man er nødt til å ta unges psykiske helse på alvor.

Behandling av psykiske lidelser har blitt viet mye oppmerksomhet av politikere de siste årene. Det som ikke har fått nok oppmerksomhet, er den store andelen unge som ikke får diagnostisert psykiske lidelser, men som likevel sliter med psykiske plager. Årsakene til at ungdommer føler at «alt er et slit», og at de ikke klarer å leve opp til alle forventningene, er trolig sammensatte, og skal vi få bukt med dem, må man starte et sted.

Forslagsstiller mener det er kunnskap nok til å si at snevre kropps- og skjønnhetsnormer bidrar til at unge føler på stress og press, og at dette krever en mer aktiv politikk. Samtidig som kunnskapsgrunnlaget bør styrkes, foreslås det i dette representantforslaget derfor flere tiltak for å redusere press og stress som unge opplever i hverdagen knyttet til kropp og utseende.

### Kroppspress som politisk sak

Kroppspress blant unge får økende oppmerksomhet i offentligheten. Flere bloggere og opinionsledere har det siste året blitt stilt til ansvar for presset de påfører sine unge tilhengere. Ungdomsorganisasjonen Press lanserte nylig en rapport om kroppspress blant unge, med medfølgende anbefalinger til politikere. Lokalpolitikere har begynt å ta saken i egne hender: Bystyrene i både Oslo og Trondheim har vedtatt forbud mot retusjert reklame for å bøte på kroppspresset. Også Stortinget har gått inn for merking av retusjert reklame som viser urealistiske kroppsidealene.

### Forekomst av kroppspress blant unge i dag

Det har blitt gjort både internasjonal og norsk forskning på kroppspress. En rapport fra Verdens helseorganisasjon fra 2014, som så på trivsel og helse blant barn i ulike europeiske land, viser at forekomsten av kroppspress er noe større blant jenter enn blant gutter, selv om problemet absolutt rammer begge kjønn. Ifølge rapporten føler én av fem norske 11-årige jenter seg for tykke. Blant 15-åringer er tallene høyere: Halvparten av femtenårige jenter føler seg for tykke – dette til tross for at kun 9 prosent av norske jenter er overvektige ved den alderen. Norge rangerer på 12. plass over land i Europa hvor unge føler seg for tykke.

Andre undersøkelser viser litt andre resultater. Ifølge en rapport fra Velferdsforskningsinstituttet NOVA er hver fjerde jente i tiendeklasse i Oslo svært eller litt misfornøyd med egen kropp. I Press sin egen undersøkelse, gjort i forbindelse med «Prosjekt perfekt», oppgir 68 prosent av jentene at de vil endre på noe med eget utseende, mens 43 prosent av ungdommene (begge kjønn) oppgir at de kjenner på kroppspress i hverdagen. I Ungdata-undersøkelsen fra 2018 oppgir syv av ti ungdommer at de føler press om «å se bra ut eller ha fin kropp».

Sammenhengen mellom kroppspress og dårlig psykisk helse er godt dokumentert. NOVAs rapport så også på korrelasjonen mellom depressive symptomer og misnøye med egen kropp, og viste en synlig sammenheng for begge kjønn, men spesielt sterk for jenter. Forslagsstiller mener at vi må ta disse funnene på alvor og igangsette tiltak for å bedre selvbildet og den psykiske helsen til norsk ungdom. Venter man med å innføre de nødvendige tiltakene, vil det gå ut over en hel generasjon unge som risikerer å slite med dette resten av livet.

### Reklame og kroppspress

Det finnes ikke mye forskning på de strukturelle og bakenforliggende årsakene til kroppspress. Det finnes derimot studier som påviser en sammenheng mellom kroppspress og enkelte påvirkningsfaktorer: Prosjekt perfekt understreker at både media, internett, jevnaldrende, familie og reklame er kanaler som påvirker ungdoms kroppsbilde. Mye av dette er vanskelig for politikerne å kontrollere uten å tråkke over ytringsfrihetens eller privatlivets grenser. Men reklame kan man i stor grad kontrollere. En rapport fra Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA) i 2014 konstaterer at ungdommer flest oppgir reklame som en stor eller den største årsaken til kroppspress. Dette gjør at Stortinget har et ansvar for å vurdere tiltak for å motvirke usunt press fra reklame.

Reklame rettet mot barn er lovlig, men det finnes en del regler for hvordan man kan markedsføre mot barn. Det er for eksempel forbud mot direkte kjøpsoppfordring. Det rettslige grunnlaget for dette finner man både i EU-lovgivningen og i den norske markedsføringsloven. Det er en kjent sak at barn og unge likevel er målgruppen for, eller blir påvirket av, et stort omfang av reklame. Dagens lovverk gir dermed ikke den beskyttelsen som barn burde hatt mot kjøpepress, kroppspress og prestasjonsjag fra storsamfunnet.

Et eksempel på reklame som typisk kan rette seg mot et ungt publikum, er reklame for kosmetisk kirurgi. Selv om kosmetisk kirurgi er mye omtalt i media, vet vi lite om hvem og hvor mange som gjennomgår kirurgi av estetiske årsaker. Kosmetiske inngrep må man betale for selv, og det er ikke noe krav om at slike privatfinansierte operasjoner skal registreres.

Tall fra Statistisk sentralbyrås (SBB) levekårsundersøkelse i 2008 viser at nærmere 5 prosent i alderen 18–

65 år, 7 prosent kvinner og 3 prosent menn, hadde fått utført en kosmetisk operasjon. Mange flere hadde vurdert det. Menn som får utført denne typen inngrep, ser ut til å være en helsemessig ressurssterk gruppe. Kvinnene, derimot, har dårligere fysisk og psykisk helse.

Forskrift om markedsføring for kosmetiske inngrep konstaterer at markedsføring for kosmetisk kirurgi «ikke skal utformes på en måte som er egnet til å virke støtende eller krenkende eller som spiller på folks lyter eller fordommer mot normale kroppsvariasjoner». Forslagsstiller ser det som usannsynlig at man kan reklamere for kosmetisk kirurgi uten å spille på kulturelle skjønnhetsnormer og fordommer mot kroppsvariasjoner, og det er vanskelig å hindre at barn og unge er en viktig målgruppe for denne reklamen

På samme måte som reklametrykket og den retusjerte reklamen er med på å fremme urealistiske kroppsidealer, er mannekengdukker med identiske, usunne kroppsporsjoner også med på å bekrefte smale skjønnhetsdealer og legge press på utseende og kroppsfasong. Forslagsstiller mener på denne bakgrunn at det er hensiktsmessig med tiltak her.

### Normer som skaper stress og press

Forslagsstiller mener det er klart at normer knyttet til kropp, kjønn og seksualitet skaper ulike former for press som kan forverre unges psykiske helse. Normene, enten det er snakk om urealistiske skjønnhetsidealer eller kjønns- og seksualitetsnormer, kan skape psykiske plager for ungdom som i utgangspunktet har gode forutsetninger for å være friske.

Normkritikk innebærer å se kritisk på normene knyttet til kjønn og seksualitet, i stedet for å fokusere på minoriteter og deres annerledeshet. Forslagsstiller mener det er behov for å revidere opplæringslova for å innlemme normkritikk som en verdi i norsk skole.

### Forslag

På denne bakgrunn fremmes følgende

f o r s l a g :

1. Stortinget ber regjeringen revidere forskrift om miljørettet helsevern i skoler og barnehager med formål om å påby reklamefrie soner rundt skoler og sikre at skoler og barnehager er frie for produktreklame.
2. Stortinget ber regjeringen gjennomgå forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep med formål om å innføre et forbud mot markedsføring av kosmetisk kirurgi.
3. Stortinget ber regjeringen vurdere et forbud mot markedsføring av slankemidler.

4. Stortinget ber regjeringen gi Forbrukertilsynet mandat til å slå hardere ned på brudd på markedsføringsloven kapittel 4 om særlig beskyttelse av barn.
5. Stortinget ber regjeringen gi Forbrukertilsynet mandat til å slå ned på bruk av mannekengdukker med medisinsk uforsvarlige kroppsproporsjoner.
6. Stortinget ber regjeringen innhente mer kunnskap om barn og unges sårbarhet for reklamepåvirkning.
7. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om nødvendige endringer i opplæringslova § 1-1 for å gi loven et normkritisk utgangspunkt.
8. Stortinget ber regjeringen utrede muligheten for å regulere målrettet reklame i sosiale medier for norske brukere, herunder vurdere forbud mot å målrette og filtrere reklame etter alder.

7. mars 2019

**Hulda Holtvedt**

