

Konstitutionsutskottet

Ink 2004 -11- 04

Dnr 050-762-2004/05

Stockholm 2004-11-04

Till Konstitutionsutskottet

Jag ber härmed för konstitutionsutskottets granskning att få anmäla statsrådet Berit Andnors handlande vid projektet Flickas kampanj mot vissa medier.

Statsrådet Andnor har tagit initiativ till ett projekt vid socialdepartementet kallat Flicka, se bilagda skärmskrift från projektets hemsida www.flicka.gov.se. Projektet Flickas uppdrag synes vara att få unga och vuxna att tänka mer mediekritiskt och uppmuntra medie- och reklambranschen att engagera sig och ta större ansvar.

Inom projektet har startats en kampanj som syftar till att "hänga ut medieprofiler", se bifogade skärmskrift från projektets hemsida. I denna kampanj som sker genom skyltning, reklamfilmer och internet ifrågasätts olika mediers omdöme genom t.ex. följande text: - Varför gör man en "stor plastik-guide" för 15-åringar? Fråga Charlotta Gustafsson, chefredaktör på Veckorevyn. Vidare namnges chefredaktörerna för Aftonbladet, Café samt verkställande direktörerna för Strix television och Kanal 5.

Av Tryckfrihetsförordningens 1 kap 1 § framgår att *endast laglig domstol* kunna tilltala skriftutgivare för skriftens innehåll, *och icke i annat fall kunna straffas därför*, än om detta innehåll strider mot tydlig lag. På regeringens initiativ har ett flertal tidningar straffats i en kampanj, vilket således synes strida mot tryckfrihetsförordningen. Att nämnda tidningar tagit skada/straffats av regeringens kampanj torde vara ställt utom rimligt tvivel. Då även TV-medier angrips i kampanjen för sitt innehåll synes även regeringens kampanj bryta mot yttrandefrihetsgrundlagen.

Då tryck- och yttrandefriheten är de mest grundläggande rättigheterna i en demokrati är regeringens handlande i detta ärende mycket anmärkningsvärt. Vid minsta misstanke om att dessa rättigheter kan komma att kränkas måste dylika projekt omedelbart stoppas. Även om innehållet i projektet inte synes vara stridbart öppnar detta för att regeringen via sina departement kan straffa medier som inte delar regeringens uppfattning.

Mot bakgrund av det ovan anförda bör Konstitutionsutskottet granska statsrådets handlande i det aktuella ärendet och om hon gjort intrång i de grundläggande fri och rättigheterna.


Hillevi Engström



FLICKA är ett projekt från Socialdepartementet

[Startsidan](#) [Om FLICKA](#) [Sverigeresan](#) [Mediekritik](#) [Intervjuer](#) [Skolor](#) [Press](#) [Lästips](#) [Länkar](#) [Kontakt](#)[Mer om FLICKA](#) ➔ [Reklam och media](#) ➔ [Samarbete](#) ➔

Om FLICKA

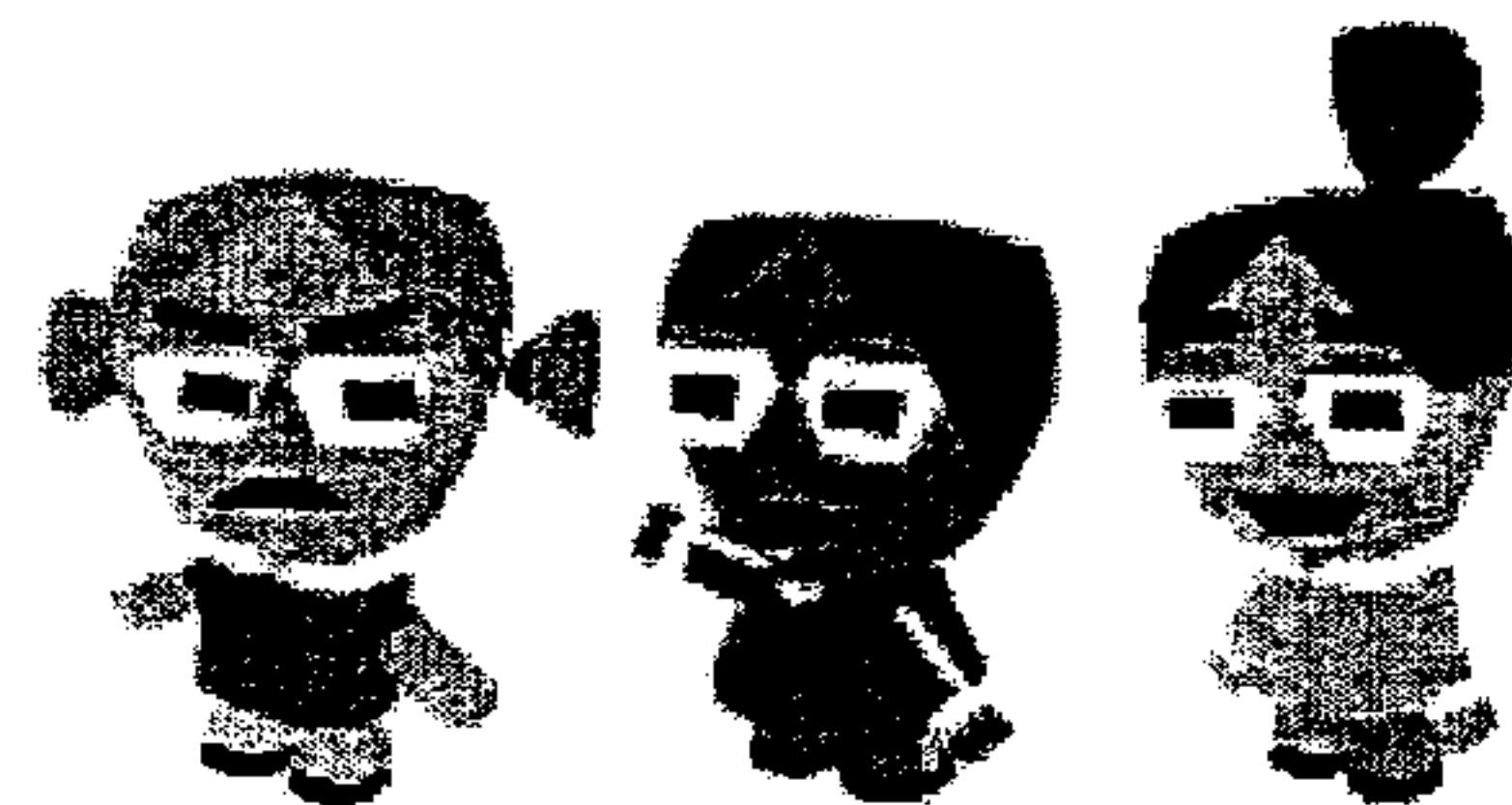
Roliga och oväntade. Inspirerande, fula och vackra. Ofta irriterande och skrämmande – till och med kränkande. Vi omges av bilder och budskap. I spegeln, i skolkorridoren, i tidningar, på reklamaffischer och hemma framför teven. Många av dem talar om hur vi är eller borde vara. Smalare, snyggare, snabbare.

Vilken bild är starkast? Hur påverkas flickor, pojkar och vuxna av alla olika bilder, ideal och budskap? Blir man arg eller glad? Orolig och ledsen eller peppad? Eller kanske allt på en gång? Är det något vi ska lägga oss i?

FLICKA tycker det.



FLICKA har startats av barn- och familjeminister Berit Andnor. Under 2004 reser FLICKA genom Sverige för att lyssna på barn och unga och för att ge tips och råd om hur man kan tänka mer mediekritiskt. FLICKA letar också efter bra idéer och goda exempel ute i landet som kan inspirera och uppmuntra vuxna och medie- och reklambranschen att engagera sig och ta större ansvar.





FLICKA är ett projekt från Socialdepartementet



Startsidan Om FLICKA Sverigeresan Mediekritik Intervjuer Skolor Press Lästips Länkar Kontakt

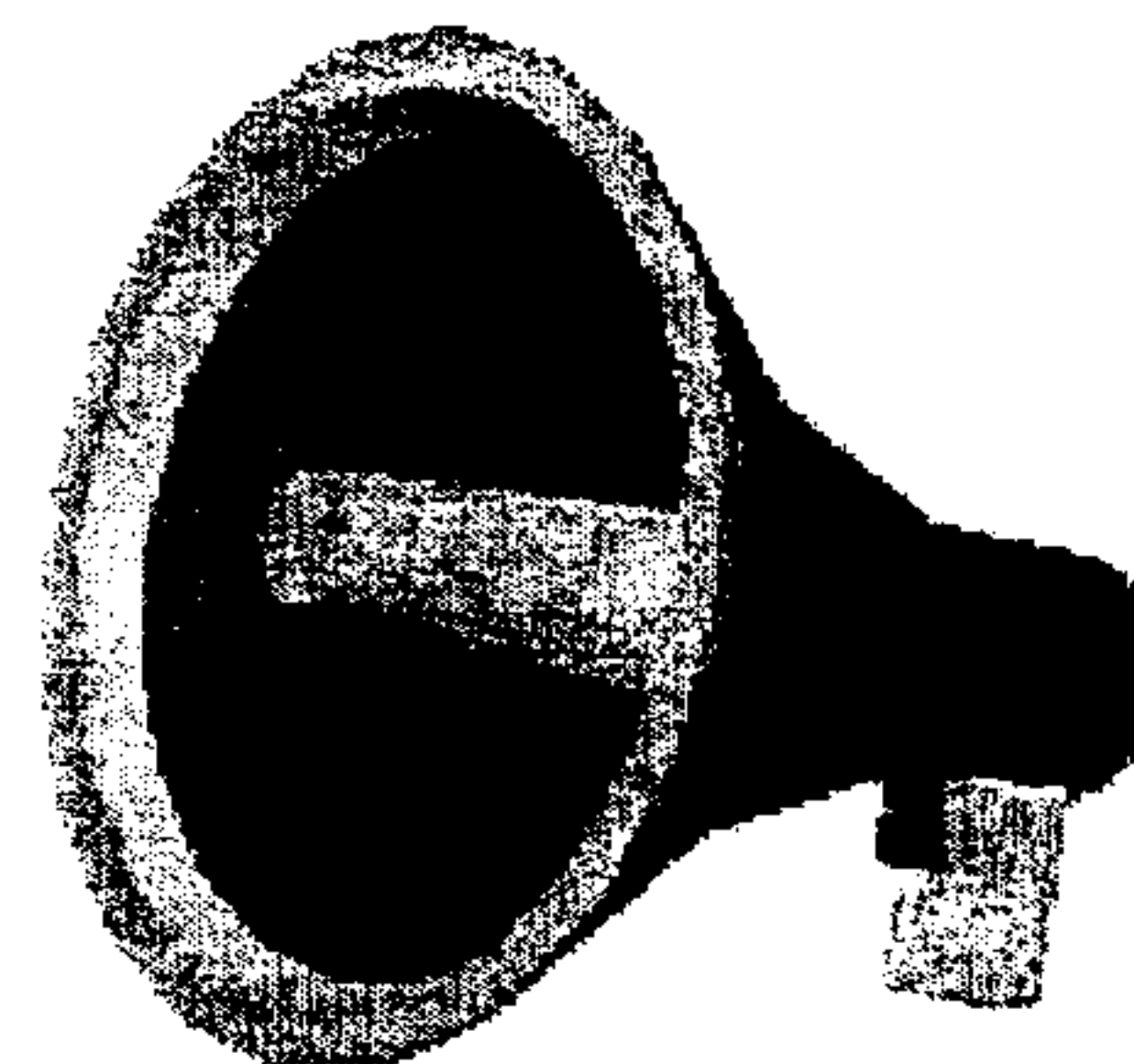
Se hit!

Nyheter och notiser från FLICKA

Ny kampanj hänger ut medieprofiler

På utomhustavlor, via webben och i tv hängs mediemakthavare som Kanal 5:s Manfred Aronsson och Aftonbladets Anders Gerdin ut i en kampanj som ifrågasätter deras moral. Bakom kampanjen står Flickaprojektet.

- Idén med kampanjen är att lyfta fram var och ens personliga ansvar kring utseendefixeringen och objektiviseringen i medier och reklam. Det är angeläget att ställa frågan till de som är ytterst ansvariga, säger Sara Damber som är projektledare för Flickaprojektet.



En del av kampanjen går utomhus och på webben, med skyltar som:

- Varför gör man "stor plastik-guide" för 15-åringar? Fråga Charlotta Gustafsson, chefredaktör på Veckorevyn.
- Varför tar en dagstidning in annonser som säljer telefonsex med "Mustiga brudar"? Fråga Anders Gerdin, chefredaktör för Aftonbladet.
- Varför får alla tjejer som söker till Robinson frågan om de vill vika ut sig? Fråga Anna Carrfors Bråkenhielm, vd för Strix.
- Varför listar samma tidning Sveiges bäst klädda män och Sveriges sexigaste avklädda kvinnor? Fråga Jens Steneberg, chefredaktör för Café.

Läs mer om kampanjen och titta på reklamfilmerna på www.flicka.org ➡

Vernissage på Grafiskt Centrum i Tumba fredag 29 oktober

Fredagen den 29/10 klockan 14.00-16.00 är det vernissage på Grafiskt Centrum i Tumba.

Varför klär vi oss som vi gör? Vad utstrålar vi med våra kläder? Vilken roll har mode och kläder egentligen som bärare av sociala koder?

Under hösten 2004 samarbetar Botkyrka Mediecenter med Moderna Museet i ett konstpedagogiskt utvecklingsprojekt som kallas Zon Moderna! Foto-elever i klass Mp3e från Botkyrka Mediecenter / Tumba Gymnasium har tillsammans med tre andra gymnasieskolor och konstnären Lena Malm utforskat kläder och livsstilars betydelse!

Eleverna från Tumba Gymnasium visar nu upp resultatet av sitt arbete på Grafiskt Centrum fredagen den 29/10. Vernissaget öppnas kl. 14.00 av medielärare Cecilia Näsström-Nilsson från Botkyrka Mediecenter och av konstpedagog Ulf Eriksson från Moderna Museet. Varmt välkomna!

