

## Motion till riksdagen 2005/06:L330

av Louise Malmström och Anders Ygeman (s)

# Utseendefixering och könsroller

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om att initiera ett arbete som syftar till att se över möjligheterna till lagändringar för att begränsa butikernas och reklamens framkallande av utseendefixering och psykisk ohälsa bland ungdomar.

## Motivering

Alltfler barn och ungdomar mår psykiskt dåligt och sjukdomar som anorexi, bulimi och depression förekommer allt längre ner i åldrarna. Det finns naturligtvis många olika orsaker till detta, men samlat kan vi konstatera att vi skapat ett samhälle som förmedlar en bild av hur ungdomar ska se ut och vara som inte är realistisk och som blir omöjlig för både tjejer och killar att leva upp till.

När det gäller tjejer finns mångmiljardindustrier som tjänar på att skapa behov hos dem att lära sig behaga, vara söta och sexiga och inte sticka ut på fel sätt. I såväl kläd- som leksaksbutiker är det tydligt vad som förväntas av dem och det blir svårt för föräldrar att stå emot när dottern väljer mellan stringtrosor och spetstoppar redan i mellanstadieålder – eftersom alla klasskamraterna har sådana.

Killarna är fast i samma rävsax om än med skilda förväntningar på sig. Reklamens och butikernas könsroller förminskar både mäns och kvinnors möjligheter att vara de individer de egentligen är. För både tjejer och killar krockar också bilden av dem själva med reklamens bilder av lyckade människor utan minsta felplacerat hårstrå eller minsta valk på kroppen. I de allra flesta fall är dessa bilder retuscherade, det vill säga ändrade och manipulerade så att modellen ska se vackrare, smalare och hårlösare ut än vad denne egentligen är. Det talar producenten i sin reklam inte om.

Ett sätt att begränsa alla de negativa konsekvenser dagens butiksutbud och all reklam riktad till ungdomar har vore att se över lagstiftningen på detta

**Fel! Okänt namn på**

område. Finns det gränser för hur förtryckande man får vara på en barnklädesavdelning? Är de gränserna inte passerade idag?

Ett annat sätt att skapa större tydlighet om vad som är rimligt är att på manipulerade bilder, som används i reklamsyfte, tala om att fotomodellens kropp på något sätt blivit ändrad och att hon eller han inte ser ut på detta sätt i verkligheten. En sådan märkning skulle kunna vara en signal till tjejer och killar, kvinnor och män, att dagens kroppsideal är så förvrängt och konstlat att inte ens fotomodellerna själva kan leva upp till det.

För att begränsa utseendefixering och könsdiskriminerande inslag i unga tjejers och killars vardag anser vi att det är dags att se över lagstiftningen vad gäller butiksutbud, reklam och märkning av manipulerade bilder i motionens anda.

Stockholm den 3 oktober 2005

*Louise Malmström (s)*

*Anders Ygeman (s)*