

Enskild motion

Motion till riksdagen 2016/17:1189

av **Solveig Zander (C)**

Könsdiskriminerande reklam

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att tillsätta en utredning vars syfte ska vara att motverka könsdiskriminerande reklam och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

I början av 1990-talet anmälde företrädare för Centerkvinnorna HM då de gjorde reklam för underkläder på ett som man menade könsdiskriminerande sätt. I FN:s handlingsplan från Peking för kvinnors rättigheter, 1995, konstaterades att könsstereotypa framställningar i reklam är ett hinder för jämställdhet. I SOU 2008:5, Könsdiskriminerande reklam – kränkande utformning av kommersiella meddelanden konstaterades samma sak. Trots det har ingenting hänt då man lägger in en brasklapp om att det krävs grundlagsändring.

Sveriges Kvinnolobby har agerat för lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam. Den har uppmanat allmänheten att anmäla när man ser någon otillbörlig reklam. Kampanjen benämns Reklamera. Det har burit frukt och RO (Reklamombudsmannen) har anmält flera reklamslag som är könsdiskriminerande tack vare allmänhetens tips. Kvinnolobbyn har också haft reklam i tunnelbanan för att uppmärksamma frågan.

Men det händer ingenting och nu är måttet rågat. Det måste bli en förändring ännu. Det är hög tid att Sverige lagstiftar mot könsdiskriminerande reklam. Våra nordiska grannländer (Norge, Finland, Danmark och Island) har redan lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam.

Syftet med en lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam är att främja jämställdheten mellan könen. Det räcker inte med nuvarande system där näringslivets egen institution Reklamombudsmannen (RO) självreglerar detta. RO har idag inga sanktioner att förhindra könsdiskriminerande reklam vare sig med ekonomiska sanktioner eller med krav om att avbryta reklamen.

Reklamen har ökat då den tekniska utvecklingen har förändrat förutsättningarna för kommersiella budskap. En allt större anspelning på pornografi i reklam och media

förekommer enligt forskningen. Könsdiskriminerande reklam bidrar till, upprätthåller och förstärker maktordningen mellan kvinnor och män. I vår vardag möts vi ofta av reklam fylld av stereotypa könsroller som ger en snäv bild av hur en man och en kvinna ska se ut och vara. Det påverkar oss. Den förstärker maktordningen mellan könen och är ett hinder för jämställdhet.

Med hänvisning till ovanstående är det hög tid att se över SOU 2008:5, och med den som utgångspunkt lagstifta mot könsdiskriminerande reklam. Det har nu gått drygt 20 år sedan FN:s handlingsplan i Peking där vi förband oss för att exempelvis lagstifta mot könsdiskriminerande reklam med stereotypa och kränkande framställningar. Någon förändring har inte skett. För att få någon effekt av det vi lovade 1995 återstår nu bara lagstiftningsvägen. Låt oss medverka till det.

Solveig Zander (C)