

## Motion till riksdagen 2007/08:C246

av **Carina Hägg (s)**

# Sexualiseringen av det offentliga rummet

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om lagstiftning mot sexualisering av det offentliga rummet.

## Motivering

Det är glädjande att allt fler unga kvinnor reagerar mot hur de framställs i vårt samhälle, att en ny generation inte stillatigande accepterar den kommersiella reklamens framställning av flickor och kvinnor som underordnade och passiva. Flickor och kvinnor blir i högre utsträckning än män bekräftade för sitt yttre och i mindre utsträckning för andra egenskaper.

Idag saknar samhället nödvändiga redskap mot sexualiseringen av det offentliga rummet. Marknadsföringslagen omfattar inte könsdiskriminerande reklam och diskrimineringslagstiftningen täcker heller inte detta område.

Näringslivets etiska råd mot könsdiskriminerande reklam, ERK, och Marknadsetiska rådet, MER, kan agera men har bevisligen inte förmått vända den negativa utvecklingen. När antalet anmälningar ökar kraftigt visar det att dagens självsanering med frivilliga råd behöver kompletteras.

Att Sverige idag är det enda nordiska land som inte har någon lag mot könsdiskriminerande reklam stärker argumenten för även en svensk lagstiftning. Den kartläggning av såväl utvecklingen som omfattningen av den könsdiskriminerande reklamen som den socialdemokratiska regeringen för en tid sedan beslutade om var ett viktigt steg mot konkreta åtgärder för att vända trenden.

Starka kommersiella intressen driver på för mer av könsdiskriminerande reklam. Affärsidén med könsdiskriminerande reklam ställs mot jämställdheten som frihetsidé. De så kallade porrbilarna som upprör besökare i Stockholm är beklagligt nog tillättna. Men vi behöver inte resa bort för att se beklagliga

**Fel! Okänt namn på**

bilder i våra offentliga rum. De tekniska framsteg som vi välkomnar har även medfört att förutsättningarna för mediala och kommersiella budskap har förändrats. Kvalitet, kvantitet, tillgänglighet och spridning av könsdiskriminerande reklam har accelererat i vår vardag och tränger in i våra vardagsrum. I ett jämställt samhälle är makt och inflytande jämnt fördelade mellan män och kvinnor. Kränkande bilder i våra offentliga rum motverkar samhällets jämställdhetssträvanden i övrigt.

Därför behövs det en skärpt lagstiftning mot sexualiseringen av det offentliga rummet. Att avstå från det med hänvisning till yttrande- och tryckfriheten är orimligt. Det är en balansgång som lagstiftarna alltid måste ta hänsyn till i sådana här sammanhang.

Stockholm den 25 september 2007

*Carina Hägg (s)*