

BARNEOMBUDET

Kunnskapsdepartementet
Postboks 8119 Dep
0032 OSLO

Deres ref: Vår ref: Saksbeh: Arkivkode: Dato:
07/00039-2 Knut Haanes 008;O;ADM 8.1.2007

Høring: Forslag til endringer i opplæringsloven og friskoleloven - reklame/forsikring

Barneombudet skal i henhold til lov og instruks arbeide for at barns behov, rettigheter og interesser blir tatt tilbørlig hensyn til på alle samfunnsområder. Ombudet skal særlig følge med i at lovgivning til vern om barns interesser blir fulgt, og at norsk rett samsvarer med de forpliktelser Norge har etter FNs konvensjon om barns rettigheter.

Pkt 1: Lovregulering av reklame i skolen

Barneombudet viser til høringsdokument fra Kunnskapsdepartementet om endringer i lov 17. juli 1998 nr 61 og endringer i lov 4. juli 2003 nr 84.

Barneombudet støtter målet som er nedfelt i Soria Moria-erklæringen og som eksplisitt gir uttrykk for å ønske å motarbeide kommersialisering av undervisningssektoren samt å begrense kommersialisering av det offentlige rom.

Det henvises i denne sammenhengen til FNs Barnekonvensjon artikkel 3 hvor det står at "Ved alle handlinger vedrørende barn og unge som foretas av offentlige eller private velferdsorganisasjoner, domstoler, administrative myndigheter eller lovgivende organer, skal det først og fremst tas hensyn til hva som gagnar barnet best." I tillegg står det i artikkel 17 (e); "Partene skal oppmuntres til utvikling av passende retningslinjer til vern av barnet mot informasjon og stoff som er skadelig for hans eller hennes velbefinnende idet bestemmelsene i artikkel 13 og 18 tas i betraktning."

Barn og reklame

Barn og unge er en stadig viktigere forbrukergruppe for næringslivet. Omfanget av reklamen rettet mot målgruppen er stor, og virkemidlene er påtrengende. Ny teknologi og praksis har gjort det mulig å nå barn og unge på mer utradisjonelle måter og nærmest til enhver tid. Reklame har tradisjonelt sett vært sendt gjennom medier hvor den har vært klart avgrenset. De nye mediene har ført til en rekke nye former for salgsfremmende tiltak, og henvendelsen til de unge forbrukerne skjer på nye måter. Vi tenker først og fremst på utviklingen av elektroniske medier som mobiltelefon og internett. I dag satser produsentene bevisst mot den yngre målgruppen nettopp fordi den ansees som mer pengesterke enn tidligere.

I tillegg har den en stor påvirkningskraft overfor familiens beslutningsprosesser i ulike kjøpssituasjoner. Det å fange barns oppmerksomhet tidlig er også viktig, nettopp for å innarbeide merkeloyalitet hos de unge forbrukerne. Vår erfaring er at mange foreldre tar kontakt med oss fordi de er bekymret for det stadig økende kommersielle presset. Mange har nok et inntrykk av at markedet bugner av muligheten til å kjøpe seg en lykkeligere og mer kompetent barndom.

Reklame i skolen og på skolens område har vært et stadig tilbakevendende tema de siste årene, og Barneombudet har i samarbeid med den såkalte "Alliansen mot reklame i skolen"^[1], tatt til orde for å sette fokus på denne problemstillingen ved tidligere anledninger. Som det også er påpekt i høringen, er skolen per i dag mindre preget av tradisjonell kommersialisering enn mange andre arenaer hvor barn ferdes, likevel ser vi det som svært viktig at nettopp denne arenaen fortsatt skal fremstå så langt det lar seg gjøre som en verdinøytral arena som i seg selv ikke utøver et kommersielt press. Vi ønsker å understreke hvor viktig det er at skolen skal være et sted for objektiv læring, ikke et sted for kommersiell påvirkning. Skolens oppgave bør være å undervise i hvordan barn og unge skal takle en kommersiell hverdag. Slik undervisning vil bli undergravet dersom lærebøker og skolens eiendom inneholder en sammenblanding av reell kunnskap og kommersielt budskap. Det at Kunnskapsdepartementet nå mener at tiden er moden for å få dette presisert i Opplæringsloven er derfor svært viktig.

Forbud mot reklame i skolen

Barneombudet er i utgangspunktet fornøyd med at det nå kommer et lovforsalg om reklame i skolen og mener at nåværende regjering har en unik mulighet til å vise at de tar problemstillinger som omhandler kommersielt press rettet mot barn og unge på alvor. Barneombudet mener imidlertid at forslaget som Kunnskapsdepartementet nå har lagt fram ikke er presist nok. I forslaget til lovteksten står det at "*skolen skal sørge for at elevene ikke blir utsette for reklame som er eigna til å skape kommersielt press eller som i stor grad kan påvirke haldningar, åtferd og verdiar, mellom anna på skolens område, i lærebøker og andre læremiddel som blir nytta i opplæringa.*" I praksis betyr det at det ikke vil være tillatt med noen form for reklame som skolen mener vil ha en uheldig påvirkning på elevene, samtidig som den åpner for at reklame som ikke er skadelig fortsatt kan benyttes.

Videre i høringsbrevet presiserer departementet at det er skolens ledelse som er de nærmeste til å foreta fornuftige vurderinger av hva som er uønsket og skadelig påvirkning av elevene, og at vurderingene her kan være forskjellig alt etter elevenes modenhet og alder. I den forbindelse foreslår departementet at lovbestemmelsen suppleres med en *veileder* om reklame, sponing og andre salgsfremmende tiltak i skolen. Det vil si at skolen skal utøve skjønn i hvert enkelt tilfelle og at det da er opp til skoleeier å bestemme hva som skal defineres som reklame, hva som er uønsket reklame og om hvorvidt denne reklamen er skadelig eller påvirker elevenes holdinger på negativ måte.

Her mener Barneombudet at det oppstår flere problemstillinger. For det første vil skoleledelsen stå over for enkelte utfordringer nå de etter *skjønn* skal vurdere hva som er skadelig, eventuelt ikke skadelig reklame.

^[1] Kreativt forum, Annonserforeningen, Fremtiden i våre hender, Utdanningsforbundet, Barnevakten, Forbrukerrådet, Forbrukerombudet og Barneombudet

Barneombudet setter spørsmålstegn ved hvordan departementet har tenkt å sette standarden for hva som er kommersielt *press*, når departementet skriver ” *i stor grad kan påvirke haldningar, åtferd og verdier.* ” Å gjenkjenne hva som er reklame er relativt lett, men å ha en felles forståelse for hva som er skadelig/ ikke skadelig reklame er en større utfordring. Dette er i utgangspunktet problemstillinger som det hersker uenighet om, selv innenfor faglige kretser. Barneombudet synes på nåværende tidspunkt at dette er uklart og kan slik det nå fremstår ikke finne noen gode nok grunner til at skolens ledelse skal ha kompetanse til å vurdere den eventuell skadeligheten på de enkelte markedsføringstiltakene på en god nok måte.

Tar man for eksempel for seg sponsing og andre salgsfremmende tiltak, som matbokser og linjaler med logomerking, så vil mange hevde at en slik form for reklame ikke nødvendigvis er skadelig slik det fremstår i dagens form. Barneombudet vil likevel benytte anledningen til å stille spørsmålet om det bør takkes nei til sponsoreffekter, i det minste i grunnskolen. Dersom det ikke skal gjøres, så er det viktig å se hvor grensen egentlig skal gå. Det har lenge vært en tradisjon at de lokale bedrifter som banker og TINE har sponset elever med diverse effekter som reflekser og matbokser. Dersom denne type effekter fremdeles skal få innpass på skolene, så må det være en forutsetning at myndighetene er med på å forme nasjonale offentlige reguleringer som kan være med på å sette standarder for på hva slags effekter og produktleverandører som kan få innpass i skolen.

Barneombudet ønsker å vise til nåværende Forbrukerminister Karita Bekkemellem sitt spørsmål i Spørretimen 2005-04-20 i Kirke-, utdannings og forskningskomitéen - til daværende statsråd Kristin Clemet - hvor temaet var forbud mot reklame i skolebøker. Karita Bekkemellem sier følgende: ” *Sitasjonene er den at det er noen arenaer som vi mener skal være reklamefrie for ungene våre. Jeg synes det på mange måter blir en fallitterklæring for veldferdssamfunnet vårt hvis vi med all den kunnskapen vi har i dag, ikke klarer å beskytte de minste barna våre mot reklame i skolebøkene. En kan godt si at en veileder vil være et hjelpemiddel, men allikevel vil dette være et uforpliktende verktøy for kommunene. Det er problemstillingen i dag. Selv om jeg på et vis forstår den prinsipielle tilnærmingen som statsråden prøver å ha til det, med at det er skolen som skal ha ansvaret, er dette helt uforenelig med at vi skal ha styring. Vi vet at kommuneøkonomien er så dårlig at mange ikke har noe valg i dag.* ” ([www. Stortinget.no/spti/2004/dw-o2005042017-004.html](http://www.Stortinget.no/spti/2004/dw-o2005042017-004.html)) s2)

Som Karita Bekkemellem påpekte i spørretimen, så ser man også at svært mange kommuner sliter med dårlig økonomi, og krav til økonomiske prioriteringer er mer enn reell. Dersom lovverket stiller seg åpent for skjønsmessige og kreative løsninger fra skoleledelsens side, så kan vi oppleve at skolens ledelse vurderer skadelighet av reklame opp mot eventuelle ”økonomiske” goder - selv om det i utgangspunktet ikke skal være mulig. I slike sammenhenger mener Barneombudet at skjønsmessige vurderinger gir rom for kreative løsninger på godt og vondt. Ombudet mener derfor at bruk av en veileder, uten juridisk forankring og som åpner for skjønsmessige avgjørelser ikke er et godt nok for å ha klare rammer omkring et reklameforbud i skolen. Barneombudet vil derfor foreslå at et forbud mot reklame i skolen bør reguleres gjennom en presis og tydelig lov og en påfølgende forskrift, og ikke en generell veileder som åpner for skjønsmessige vurderinger.

Pkt 2: Innføring av en bestemmelse i Opplæringsloven om godkjenning av videregående skoler basert på bilaterale mellomstatlige avtaler.

Barneombudet har ingen særskilte kommentarer til Departementets framlegg på dette punktet

Pkt 3: Innføring av en bestemmelse i opplæringsloven om kollektiv ulykkesforikring.

Barneombud har gjennom årene fått en rekke henvendelser fra foresatte som er bekymret for barnas situasjon dersom ulykker skulle inntreffe i sammenheng med barnas skolegang. Det faktum at alle fylkeskommuner og et stort flertall av kommunene har en kollektiv forsikringsordning for elevene er positivt, men så lenge det eksisterer ulikheter og tilfeldigheter på dette området, kan det ikke sies å være tilfredsstillende.

FNs komité for barns rettigheter har flere ganger i forbindelse med sine kommentarer til Norges rapportering vedr implementering av Barnekonvensjonen pekt på de kommunale ulikhetene i Norge. Komitéen er bekymret for dette, særlig på bakgrunn av konvensjonens artikkel 2 som så klart understreker at alle barn innenfor rikets jurisdiksjon skal ha de samme rettighetene. Dette er også et poeng Barneombudet gjentatte ganger har påpekt.


Når man så ser at frivillige ordninger i samarbeid med KS ikke fører fram, blir det desto mer nødvendig å lovfeste dette prinsippet.

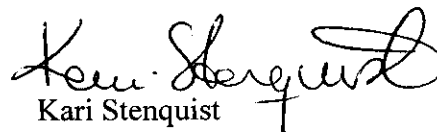
Det er et nederlag for vårt velferdssamfunn at private forsikringsselskaper skal kunne spekulere i foreldres usikkerhet i forbindelse med barnas framtidutsikter etter en ev ulykke. Det er Barneombudets klare mening at denne usikkerheten i størst mulig grad bør fjernes gjennom gode fellesskapsløsninger.

Barneombudet støtter derfor forslaget om en lovfestet plikt for kommuner, fylkeskommuner og andre (for eksempel statlige og private skoler) å tegne kollektiv ulykkesforsikring for elevene i grunnopplæringen.

Videre støttes også forslaget om at det bør fastsettes like forsikringssummer for samme type skade/ulykke, uavhengig av hvor elevene bor i landet. Det må sikres at forsikringssommene er på samme nivå som forsikringssummer for øvrig i samfunnet. Bare slik vil fellesskapet oppfylle sine forpliktelser på dette området overfor våre barn.

Med vennlig hilsen


Knut Haanes
nestleder


Kari Stenquist
rådgiver