



Barneombudets innspill til "Framtidas forbrukar - grønn, smart og digital"

Trygg digital hverdag for barn og unge er et av våre satsingsområder. Barneombudet er blant annet bekymret for markedsføring rettet mot barn og unge og kroppspress i sosiale medier. Vi er derfor positive til at det er lagt frem en ny forbrukermelding, og at denne særskilt omtaler barn og unge. Barn og unge er en sårbar gruppe og mange av dem har vanskelig for å avgjøre hva som er kommersielt innhold. Vi mener at tiltakene som foreslås for å beskytte barn og unge i denne meldingen er mangelfulle. Det er nødvendig å sikre en sterkere beskyttelse av barn som forbrukere gjennom et mer helhetlig og kunnskapsbasert arbeid for en trygg digital hverdag for barn og unge.

Ungdommen ber om tiltak for å redusere stress og press i sosiale medier

Barneombudet opprettet våren 2019 en ekspertgruppe med ni ungdommer i alderen 13 – 17 år for å gi oss råd om ungdom og digitale medier. Ekspertgruppen utarbeidet rapporten «Ungdom om digital medier» hvor de har flere forslag rundt påvirkning fra reklame og påvirkning om kropp, helse og identitet fra influensere.¹ Kort oppsummert mente ungdommene at de må få mer kunnskap om hvordan sosiale medier fungerer, kildekritikk, reklame og algoritmer. Skolen og skolehelsetjenesten må også få bedre kunnskap om ungdom og sosiale medier. Videre etterlyste de bedre informasjon om, og håndheving av regelverket, samt at reklame og retusjering må merkes tydelig. De var også opptatt av at influensere må ta mer ansvar for det de gjør i sosiale medier. Forbrukermeldingen fanger kun opp deler av forslagene til ungdommene. Vi ber derfor komiteen se nærmere på forslagene til Barneombudets ekspertgruppe.

Anbefalinger fra Barneombudet

Vi ber komiteen vurdere om det er behov for å tydelige følgende tema for å sikre barn og unge et sterkt forbrukervern;

1. En mer helhetlig koordinering av tiltak rettet mot barn og unges digitale hverdag

Digitaliseringen av samfunnet, og særlig konsekvensene for barn og unge, er et tema som mange sektorer er opptatt av. Det er mange statlige sektorer som har et pågående arbeid som berører problematikken. Dels gjøres det overlappende arbeid og helheten er vanskelig å få overblikk over. Det er for eksempel flere tiltak i opptrappingsplanen for barn og unges psykiske helse som berører barn som forbrukere, men som ikke er omtalt i forbrukermeldingen. Et spørsmål er hvorfor lovendringene i markedsføringsloven mot kroppspress mv. omtales i opptrappingsplanen, men ikke forbrukermeldingen. Dette gjør det svært vanskelig å få oversikt over tiltakene som skal settes inn for å beskytte barn som forbrukere. Det er avgjørende at regjeringen tar grep for en mer helhetlig politikk knyttet til barns digitale hverdag.

2. Behov for mer tverrfaglig og langsiktig forskning

Det er viktig med et godt kunnskapsgrunnlag når det skal foreslås tiltak for å beskytte barn og unge som forbrukere. Det er et steg i riktig retning med en tydelig plassering av det overordnet ansvaret for kunnskapsgrunnlaget i forbrukersektoren hos Forbrukertilsynet slik det foreslås i punkt 4.7 Dette vil kunne bidra til å sikre en helhet. I tillegg mener vi det er nødvendig å prioritere mer forskning på kommersielt press og kroppspress mot barn i digitale medier. I kapittel 7 er det foreslått at den digitale forbrukerkompetansen skal kartlegges, med særlig vekt

på barn. Det er positivt, men vi vil understreke at det er en rekke andre spørsmål som også må prioriteres. Det er et problem i dag at forskningen er fragmentert, basert på enkelttema og at ulike forskningsmiljø ikke samarbeider nok. Forskningen på barn og digitale medier bør være tverrfaglig og ha et langsiktig perspektiv slik at vi får et godt kunnskapsgrunnlag. Dette er også nødvendig å prioritere formidling av resultatene. Det må derfor stilles krav om at forskning formidles til praksisfeltet slik at den får betydning i deres kontakt med barn og unge.

3. Bedre beskyttelse av barns person- og forbrukervern

SIFO (Forbrukerforskningsinstituttet) har i flere rapporter det siste året vist at det kommersielle presset og kroppspresst mot barn i sosiale medier er stort. En del av dette presset skyldes algoritmer og hvordan de brukes til å skreddersy markedsføringen. Betydningen av algoritmer for barn og unge burde vært drøftet mer utfyllende. Vi ser her store utfordringer knyttet til personvern og markedsføring rettet mot barn og unge. De færreste vet hvordan algoritmene styrer, og hvordan samtykkene til deling av informasjon spiller inn. Derfor er det viktig at brukervilkårene til plattformene er i et forståelig språk for barn og unge. Vi etterlyser tiltak for å ansvarliggjøre bransjen, men også for å gi barn og unge som forbrukere mer kunnskap om sammenhengen mellom markedsføring og personvern, slik at de selv kan ta gode valg.

Barn og unge må også få bedre kompetanse om hvor de rettslige grensene går. Det skjer en stadig utvikling digitalt og det er mange gråsoner. Et undervisningsopplegg er her ikke tilstrekkelig. Dette krever en mer helhetlig tilnærming, blant annet ved flere kompetansemål på ulike trinn i læreplanene for å styrke barns personvern- og forbrukerkompetanse.

4. Sikre at reglene som skal beskytte barn håndheves av et sterkt forbrukerapparat

Et av tiltakene i meldingen er at det skal legges særlig vekt på tilsyn med digital markedsføring rettet mot barn og unge. Dette mener vi er et viktig signal. De siste årene har det vært ført tilsyn med markedsføring og kroppspress i sosiale medier rettet mot barn og unge, og gjennom bruk av tilsyn har det blitt satt en standard for hva som er akseptabelt og ikke.

Barn og unge utsettes for et massivt kjøpe- og kroppspress, og kontinuerlig tilsyn er derfor et viktig virkemiddel for at praksis ikke utvikler seg i negativ retning. Det vil også være slik at nye kanaler og konsepter raskt dukker opp, og disse bør følges opp med tilsyn. For at tilsynet skal være så effektivt som mulig, er det nødvendig at det gis tydelige signaler om at barn og unge skal prioriteres, og at det følger med tilstrekkelige midler. Dette krever at Forbrukertilsynet har ressurser og kapasitet til dette. Vi er bekymret for om det er tilfelle i tiden fremover og ber dere vurdere om det i 2020 må vurderes tiltak for å holde trykket oppe.

Ta gjerne kontakt for mer informasjon:

Kjersti Botnan Larsen, e-post: kbl@barneombudet.no og telefon 466 12 610

ⁱ Barneombudet (2019) Ungdom og digitale medier. Vurderinger og forslag fra Barneombudets ekspertgruppe om en tryggere digital hverdag.