

PROSJEKTBESKRIVELSE FOR CECILIE LIND, MA2

Little Girls Gone Wild



Mål. Målet med prosjektet er å kommentere den økende seksualiseringen av barn og ungdom i media (reklame, MTV, magasiner etc.). Det er en kjensgjerning at seksualiseringen i media går begge veier; både ved å gjøre barn til unge voksne, og ved å gjøre voksne mer barnslige. På denne måten viskes skillet mellom barn og voksen ut. Det oppstår en forvirring om når barn er voksne, når de er seksuelt modne, hvilke signaler som sendes ut, og i hvilken grad barn er oppmerksom på disse?

Prosjektet er en videreutvikling av en økende trend. En dystopi av et samfunn. Det er også en kommentar til den nye folkesykdommen – ekshibisjonisme.

Dystopisk virkelighetsmetafor. Som en metafor for seksualitet, narsissisme, lek, tilfredsstillelse og noe som hører voksenverden til som barn er nysgjerrige på og vil ha, har jeg valgt sexleketøy. Prosjektet skal bestå av en installasjon med sexleketøy for barn. Hensikten er å lage en dystopisk virkelighetsmetafor med et innhold jeg tar for gitt at de fleste tar avstand fra. Jeg tar på meg markedsførers og produsentens rolle ved å henvende meg til et nytt markedssegment for å oppnå profitt og økt salg. Hensynet til etikk og moral er satt til side, slik profittjegere ofte blir beskyldt for å gjøre. Målet heller midlene. Målet mitt er å provosere frem en reaksjon med å stille spørsmål om hvor grensen går ved å overskride den.

Barnesexlekene skal se ut som reelle produkter som kunne vært til salgs f. eks i en leketøysforretning. Produktene har derfor fått en profesjonell og troverdig emballasje som er utformet slik at den appellerer til barn. Jeg har engasjert en grafisk designer til utformingen av emballasjen og reklamematerialet, og skal få det produsert profesjonelt på et trykkeri. Produktene skal stilles ut på en fiktiv salgsboot i galleriet med tilhørende markedsføringskampanje. Jeg ser for meg plakater og diverse reklame og promoterings materiale. På den måten bruker jeg medias egne virkemidler og språk. Jeg ønsker samtidig å dra inn elementer fra kunstverden, og har derfor min signatur trykket bakpå emballasjen, i tillegg til at tittelen på oppgaven "Little Girls Gone Wild" fungerer som firmalogo på produktene. Hver modell har også fått sitt eget produktnavn.



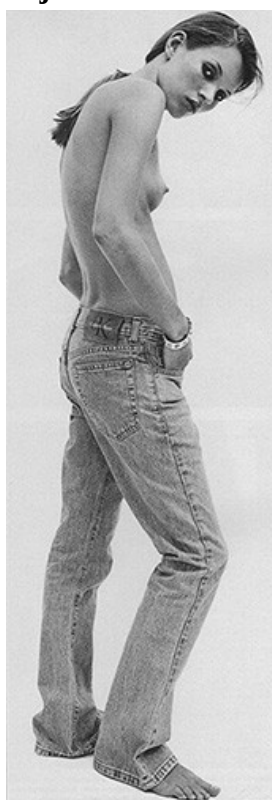
En flyer som tilsynelatende reklamerer for et produkt, men som egentlig promoterer utstillingen, kan bli distribuert ut i forkant av utstillingen. Flyerens budskap vil først bli tydelig når en leser det som står ”med liten skrift på baksiden”. Det er også ønskelig å rykke inn en annonse i dagspressen ca en uke før utstillingsåpning (Aftenposten/Morgenbladet?), som skal reklamere for dette nye produktet. Eventuelt vil jeg prøve å få en kulturjournalist til å skrive om det i forkant.

Produktene kan også avfotograferes sammen med andre leker på en hylle i en reell leketøysbutikk, og fotoene kan stilles ut sammen med resten av installasjonen, eller på et av de andre utstillingsstedene vi har til disposisjon under avgangsutstillingen.



Ved å ta avstøpninger av diverse sexleketøy for voksne, støpe dem i porselen i flere omganger og brenne dem ved høy temperatur, krymper de til en passende ”barnestørrelse”. Jeg har valgt 5 forskjellige leker og produsert de opp i 30 eksemplarer hver. Alle er nummeret og signert. De har blitt glassert og dekorert med farger og effekter som barn liker, en gulldildo, butplug i blått glitter, dildo med lolipop-mønster og andre varianter i rosa, lilla og mintgrønt. Poenget er at fargene og mønstrene skal appellere til og forføre barna slik at de må ha(!) dette produktet. Målgruppen for produktene er unge jenter fra 8 år.

Objektifiserende markedsføring.



Som kvinne er dette et tema som engasjerer meg fordi det i hovedsak er jenter/kvinner som blir redusert til objekter og pyntegenstander i media. Dette er noe som i stor grad påvirker omgivelsene våre og samfunnet vi lever i og som vi må forholde oss til i hverdagen. Uansett hvor vi ferdes blir vi eksponert for markedsføring som viser idealiserte og ”riktige” mennesker.

Annonser som for få tiår siden ville bli stemplet som mykporno, er i dag allment akseptert og utbredt markedsføring. Ofte med barn og ungdom som målgruppe.



I alt fra promotering av popstjerner, lansering av nye burgere, biler og tyggegummi til reklame for såpe, er denne trenden dominerende. Hva gjør dette med barn, barndommen, og senere voksne? Hvordan påvirker det kvinnesynet, og kan det få konsekvenser bla for likestillingskampen og likelønnsproblematikken?

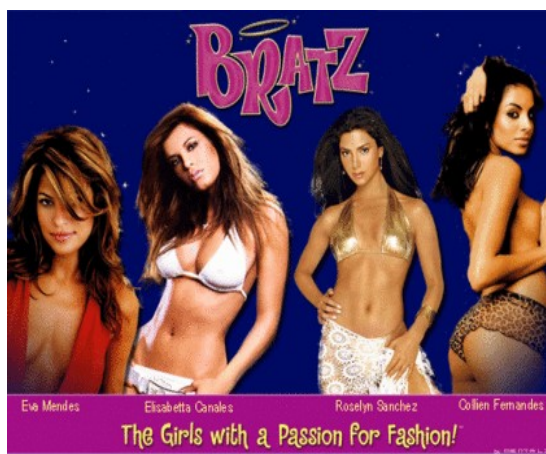
Barn søker kunnskap og trenger forbilder. Slik har det alltid vært. Dette har tradisjonelt sett vært foreldrenes rolle. Amerikanske forskere har funnet ut at 64 % av seksuelt aktive ungdommer sier at media – ikke foreldre, venner eller lærere – er deres viktigste kilde til informasjon om sex.¹ Hvilke media henter de info fra? Filmer hvor kvinner (som regel unge, modellvakre og retusjerte) er underdanig mannen (som gjerne kan være eldre og ikke fullt så foxy), og blir fremstilt som en som mannen må beskytte og redde? Hun er ofte litt dummere enn han og fucker ofte opp situasjonen akkurat idet du trodde alt skulle gå bra, slik at mannen blir nødt til å fikse det og redde henne nok en gang, før filmen ender lykkelig og hun gir seg fullstendig hen til han. (F.eks James Bond) Internet hvor alle former for bisarr sex og fetisjer, som regel laget av og for menn, kun er noen tastetrykk unna? Porno som ikke nødvendigvis har rot i virkeligheten, og som til syvende og sist handler om penetrering? Ikke om kjærlighet, likeverd og respekt. Mote/livsstilsblader hvor alle blir fremstilt pene, lykkelige, rike, vellykkede og populære? Tv, reklame, MTV?



Moderne idealer.

Nå for tiden er det Britney og Paris som er idealet for hva unge jenter ønsker å bli. Hvor mange fester en har vært på er mer interessant enn hvor mange bøker en har lest, og hvor lange ben du har er viktigere enn hvor lang utdanning du har. Er det et slikt samfunn vi ønsker å ta del i? Er dette et ungdomsfenomen som en vokser av seg, eller er det noe som kommer til å prege en livet ut?

Det er interessant å følge meningsytringer om bla Bratz-dukken. Produsentene har blitt beskyldt for å bidra til seksualisering av barn ved å lage idealiserte, lettkledde og sexy dukker med en målgruppe på 4-8 år. De hevder på sin side at det er foreldrene som reagerer negativt på dukkene. Barna synes bare de er pene. Men er ikke nettopp det problemet? Barna ønsker å se ut som Bratzdukken, uten at de er klar over hva slags signaler de sender ut. Kritiske røster hevder at dukkene ser ut som horer, med miniskjørt, nettingstrømper og fjærboa. Barna vil gjerne kle seg slik, uten at de nødvendigvis har noe begrep om hva en hore er og hva hun har som sitt levebrød.²



¹ http://www.rethinkingschools.org/archive/19_02/comm192.shtml

² http://en.wikipedia.org/wiki/Bratz#APA_Task_Force_on_the_Sexualization_of_Girls

Reklamens påvirkningskraft. Historien starter mange år før tenårene. Nyere forskning viser at barn kan gjenkjenne logoer når de er 18 måneder gamle, de ber foreldrene om produkter ved merkenavn innen de er 2, og fra de er 3-3 1/2 begynner de å tro at merker kommuniserer deres personlige kvaliteter, for eksempel at de er kuule, sterke eller smarte, hevder eksperter. Ved skolestart kan den typiske 1. klassing identifisere 200 varemerker. I Norge er det forbudt ved lov å rette reklame direkte mot barn for norske kanaler. Utenlandske selskaper som sender fra andre land, eller som vi kan ta inn via parabol, er ikke underlagt denne loven (TV 3), og barn eksponeres derfor daglig for reklame som påvirker dem. I USA ble det i 2006 brukt \$15 billioner på tv-reklame rettet direkte mot barn. En eksplosiv utvikling i forhold til moderate \$100 millioner i 1983.³

Denne utviklingen kom særlig til syne i Norge på 80-tallet, etter innføringen av tv-kanaler som Sky Channel, FoxKids etc med reklameinnslag. Barn og unge er i stadig økende grad en pengesterk kjøpegruppe som markedsførere ønsker å benytte seg av. I tillegg til alt de trenger selv av moteklær, sportsutstyr, leker og elektroniske duppedingser (i pod, mobil etc.), påvirker de også i stor grad foreldrenes kjøp og investeringer, som valg av bil og ferier.

Resultatet av all denne mediestyrt påvirkningen og de uoppnåelige idealene er ifølge forskere fra American Psychological Association⁴ et svakt selvbilde, spiseforstyrrelser, økning i plastisk kirurgi, motepress, sexpress, mobbing, barnepornografi, overgrep etc. blant unge barn. (I følge FNs barnekonvensjoner er alle under 18 år per definisjon barn.) Forskning viser også at konsentrasjon og prestasjon med bl.a. matematiske oppgaver, blir betydelig redusert når en kvinne fokuserer for mye på kroppen sin. Faktisk oppnår jenter dårligere resultater om de er kledd sexy, og derfor ubevisst er mer opptatt av hvordan de tar seg ut.⁵

På det norske nettstedet deiligst.no legger unge gutter og jenter fra 13 års alderen ut avkledd, pornoinspirerte bilder av seg selv, hvor andre kan gi poeng og stemme frem hvem som er deiligst. Resultatet blir offentliggjort hver søndag kl 24. Det er også her interessant og se hvordan jentene blottet sine nesten nakne bryster og rumper, pynter seg med sexy undertøy, og poserer i utfordrende og innbydende stillinger. Guttene nøyter seg med å vise frem en bar overkropp med spente og veltrente magemuskler.



Jeg ønsker å rette søkelys mot dette temaet, slik at vi som forbrukere blir mer oppmerksomme på hva vi omgir oss med. Jeg ønsker at vi skal bli mer kritiske til hva en slik eksponering kan føre til både for barn og samfunnet generelt, og hvordan dette påvirker hverdagen vår. Jeg ønsker ikke å komme med noen løsninger eller svar, men heller å sette temaet på spissen for å skjerpe publikums bevissthet.

³ http://www.rethinkingschools.org/archive/19_02/comm192.shtml)

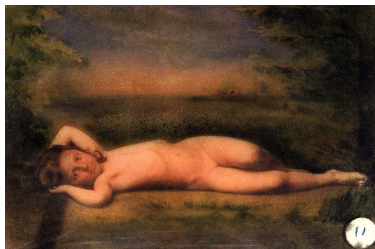
⁴ <http://www.apa.org/pi/wpo/sexualizationrep.pdf>

⁵ Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls, side 22



Tradisjonelle fremstillinger. I 1600-tallets malerier ble barn fremstilt som små voksne. De både kledde seg og oppførte seg deretter. De så ikke uskyldige ut verken sosialt, psykologisk eller seksuelt. Barna signaliserte i avbildningene sin voksne sosiale rang. De var ofte av kongelig eller aristokratisk ætt, og poenget med maleriet var å gjøre nettopp dette klart.⁶

Den romantiske barndommen ble til på 1800-tallet. Den uskyldige barnekroppen ble definert utifra sine forskjeller i forhold til en voksen kropp. De fremstilte bildene viste et forbilde på hvordan en ønsket at barndommen skulle være. Bildene ble brukt til å skape positive identiteter, og spesielt til å skape familie-og barneverdier. Disse fremstillingene hørte til i den moderne vestlige verden. For de som ikke var en del av denne kulturen, vil verdiene som ble knyttet til den uskyldige barnekroppen være rare, om ikke helt uforståelige.⁷



Hvordan vi oppfatter bilder er avhengig av hva vi er opplært til å se etter. Da Charles Dodgson (Lewis Carroll) tok nakenbilder av små jenter på 1800-tallet var de ikke tvetydige for et viktoriansk publikum. I ettertid, når det ble antydning at mannen var pedofil, har bildene fått en helt ny betydning.⁸

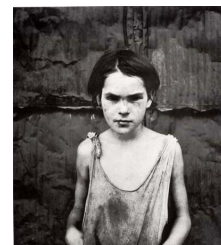
Bilder som tidligere ble oppfattet som barnslige trivialiteter av bla George Bernard Shaw⁹, blir nå stemplet som erotiske. Dette gjelder blant annet bildet Cupid av Julia Margaret Cameron fra 1882.¹⁰



Barn har også blitt avbildet mye i reklame. På slutten av 1880-tallet var 88% av ukebladenes abonnenter kvinner. De var stort sett hjemmeværende og hadde ansvaret for husholdningen. Av den grunn var så godt som all markedsføring av husholdningsartikler rettet mot denne målgruppen.¹¹



På 1920-tallet oppsto det en internasjonal avantgardbevegelse som fremstilte bilder av barn på en abstrakt måte. Edward Weston var en av dem som tok avkledd kunstfoto av sine egne barn.¹² En annen kunstner, Dorothea Lange, ville dokumentere hvordan barn led under depresjonen, som i fotoet "Damaged Child", fra 1936, hvor vi ser en uflidd jente med blått øye.



⁶ Anthony van Dyck, George Villiers, 1635

⁷ Emile Munier. Her Best Friend. 1882

⁸ Charles Dodgson (Lewis Carroll). Reclining Nude. 1879.

⁹ George Bernard Shaw, forfatter, kritiker og Nobelprisvinner i litteratur 1925.

¹⁰ Julia Margaret Cameron. Cupid. 1866.

¹¹ Mennen's Toilet Powder advertisement "Hurry up with Mennen's". 1909

¹² Neil (from behind) 1925

Andre kunstnere som har jobbet med lignende temaer er brødrene Jake og Dinos Chapman, Richard Prince, Sally Mann, Nan Goldin og Grayson Perry.

Førstnevnte har i verket "Tragic Anatomies" fra 1996, laget naturtro skulpturer av siamesiske barneutstillingsdukker i varierende mutasjoner, overlesset med kjønnsorganer. De har alle et tilfreds uttrykk i ansiktet, og bærer det androgyne utseendet til utstillingsdukker. Akkurat like nok en menneskelig modell til å bli troverdige, men ikke detaljert nok til å støte forbrukerens begjærende blikk. De ellers nakne barneskulpturene har alle på seg identiske, splitter nye Nike, Fila, Adidas eller Reebok joggesko. Dette refererer til den homogeniserende kraften i global forbrukerkapitalisme, som søker å manipulere og forføre barn. Joggesko var på 90-tallet det ultimate må-ha motetilbehøret for ungdommer, og også symbol på den omdiskuterte og kritiserte eskaleringen av ungdomsforbruk og mote/statuspress blant denne gruppen. I verket fyller skoene rollen som symbolet på både begjær og beskyttelse, idet de beskytter barnas sarte kropp mot farene fra underlaget de ferdes på. Stadiet "barndom" blir forvrengt av tydelige ytre tegn på seksualitet, med fullt utviklede kjønnsorganer i en tydelig opphisset tilstand. Noen av skulpturene har erigerte naturtro penisser som nese eller horn, andre har vaginaer mellom to sammengrodde hoder, for å nevne noe.¹³ Utstillingsdukkeestetikken og kjønnsorganene kan også referere til fokuset på kropp og sex som ofte blir brukt i markedsføring rettet mot barn og unge.



Richard Prince har en litt annen tilnærming til problemstillingen. Han tar utgangspunkt i menneskets fetisjiske dyrking av populærkoner og higen etter å "bli noen". Et fenomen som har eskalert i takt med samfunnsutviklingen, og som for mange har blitt det ultimate målet med livet. Denne ekshibisjonismen kommer særlig til syne i personlig utlevering i blogger på nettet, talk shows, reality-tv og på YouTube. I serien "Publicities" (2000) har Prince samlet og sortert en rekke signerte (noen ekte, andre har han signert selv) portrettbilder av kjendiser. De signerte bildene gir en følelse av identifikasjon, en illusjon om toveiskommunikasjon og en idé om at stjernene er akkurat som deg. De er levende bevis for at en "nobody" kan bli en "somebody". Den mest interessante sammensetningen er dog de mykpornoinspirerte promoteringsportrettene av "up and coming" barnestjerner. Her har du en prepubertal River Phoenix i bar overkropp, en oppsminket Thora Birch, Christina Ricci i bikini på vei opp av bassenget, Reese Witherspoon i sexy positur med en bil og Jodie Foster med et forførende blikk over en naken skulder, satt sammen med et bilde av Ole Brum. Barna på bildene blir objektifisert og seksualisert. Spørsmål en kan stille er hvorvidt slike bilder noensinne vil bli avvist, utbyttet eller vurdert på nytt i forhold til etikk. Er det slike fremstillinger av barn vi ønsker å omgi oss med, og er det sunt for barna å innta en slik rolle?

¹³ Jake and Dinos Chapman, *Bad Art for Bad People*, Tate 2006, s 16-18



Prince refererte til denne problemstillingen allerede i 1983 med et foto av en 10 år gammel Brooke Shields, tatt av en kommersiell fotograf, Gary Gross. Prince stjal dette bilde og kalte verket "Spiritual America". Opprinnelig ble bildet publisert i en bok kalt "Sugar & Spice", utgitt i 1976 av Playboy Press. Bildet viser en naken, førpubertal Shields stående i et badekar. Barnekroppen hennes glinser av olje, mens ansiktet er sminket opp til å se ut som en voksen. Det var moren som undertegnet en kontrakt som gav Gross ubegrenset rett til å offentliggjøre bildene (for \$450). Shields hadde allerede da etablert seg som barnemodell. Hun prøvde i 1982 å gå rettens vei for å forhindre ytterligere publisering av bildet (hun var da blitt kjendis), ved å hevde at det krenket hennes privatliv. Hun tapte saken fordi barn ikke kan oppheve en kontrakt signert av foreldrene. Hele den triste saken vitner egentlig om en ganske desperat mor som er villig til å

utlevere sin egen datters kropp og renommé, for å oppnå eksponering, berømmelse og en anelse kontanter. I en videre kontekst handler verket om hele den brede kulturelle higen etter noe mer – en gnist av anerkjennelse, en flukt fra virkeligheten, og hvordan det ofte kommer til uttrykk i de mest glorete og uheldige manerer. Bildet har ikke overraskende også blitt anklaget for å være barnepornografi, blant annet av feministkritikeren Kate Linker, som karakteriserte verket som utnyttende og hevdet at det tilhørte den pedofiliske sfæren som Gross har blitt anklaget for å befinne seg i.¹⁴

Sally Mann har blitt kritisert for å ta kontroversielle nakenbilder av sine egne barn. Hun er kjent for å tøyne grensene mellom barn og seksualitet. Mann sier selv at barna har vært en del av den kreative prosessen siden de ble født, og at det ofte er vanskelig å avgjøre hvem det er som skaper bildene. Hun hevder også at bildene ikke handler om annet enn dagligdagse ting som enhver mor har sett, som en våt seng, en blodig nese og lakrisrøyk, men hun legger til at de også har utforsket vanskeligere temaer som sinne, kjærlighet, død, sensualitet og skjønnhet.¹⁵ Enkelte kritiske røster vil til tross for morens forklaringer hevde at mange av bildene har seksuelle undertoner som blant annet kan appellere til pedofile.



I 2007 ble **Nan Goldins** utstillingen stengt på Baltic Centre For Contemporary Art i Newcastle, England, grunnet et bilde som ble anklaget for å være barnepornografi. Bildet “Klara and Edda belly dancing” portretterer to ungjenter som danser. Den ene av jentene har kledd seg ut med noen sjal, mens den andre er naken. Den nakne jenta sitter på knærne med bena fra hverandre og lener seg bakover på gulvet, i en slags limbo, mens den andre jenta går dansende over henne. Det er nok denne skrevende stillingen til den nakne jenta som fikk publikum til å rase i Newcastle, til tross for at bildet, som er ett av totalt 149 i “thanksgiving” samlingen, tidligere har vært utstilt i Houston, London, Madrid, New York, Liabon, Warsawa og Zurich uten noen protester. Er dette barneporno, eller er det et bilde av to glade jenter som leker? Har samfunnet blitt slik at nakne jenter per definisjon er porno, uansett alder? Har ikke barn lov til å være nakne lenger? Dette dilemmaet berører også en fars omgang med egne

¹⁴ Richard Prince, Publications, Guggenheim Museum 2007, side 45-49

¹⁵ Sally Mann. Immediate Family. Aperture Foundation 1992

barn. Er det slik at alle fedre som tar på sine nakne barn må utøve aktsomhet for ikke å bli anklaget for å være pedofile? Er dette også et resultat av det seksualiserte samfunnet vi lever i? I motsetning til Princes (Gross) og Manns mer eller mindre konstruerte bilder, er dette et dokumentarfoto. Det er en autentisk situasjon hvor jentene ikke har blitt stilet eller bedt om å posere. Hvor går grensene for hva vi kan tillate oss av nakenhet i dagens samfunn? Hva er verst å se av to barn som hygger seg i lek eller ungdommer som blottlegger seg på YouTube og deiligst.no? Hva burde egentlig sensureres?



I verket "We've Found the Body of your Child" (2000), tar **Grayson Perry** for seg temaene pedofili og barnemishandling i hjemmet. Krukken er klassisk utformet, og nydelig dekorert med tegninger, silketrykk og ulike glasurer. Det er først ved nærmere ettersyn at en oppdager de groteske narrative om død og sorg, sammen med slagord som "All men are bastards," "Never have kids", "You fucking little slut" og "Cry baby". Han hevder at tematikken i arbeidene hans ofte speiler tilbake på den barndommen han selv mistet, og hans evige kamp for å finne den igjen. Dette kommer også til uttrykk ved at han som transvisitt kler seg som en ungjente, Clair. Andre barnetemaer som er representert på krukkene hans er f.eks. barn som leker mens bombene hagler (Dolls at Dungeness, september 11, 2001), og barn som bruker narkotika (The Plight of the Sensitive Child, 2003). Han sier selv: "I want to make something that lives with the eye as a beautiful piece of art, but on closer inspection, a polemic or an ideology will come out of it".¹⁶



Mitt kunstneriske ståsted. Samfunnsrelaterte og politiske temaer er ofte inspirasjonen til arbeidene mine. Vinklingen er som regel av personlig, men også empatisk, karakter og formidles slik jeg selv opplever og erfarer de ulike fenomenene. Enten ved egne erfaringer, eller ved å leve meg inn i andres situasjon. Intensjonen er at arbeidene skal være av en slik art at andre vil kjenne seg igjen i og blir berørt av diskusjonen jeg inviterer til og tematikken jeg kommenterer. For meg er det et poeng å peke på skjevheter jeg opplever og registrerer i samfunnet, som diskriminering, undertrykkelse og utnyttelse av svake samfunnsgrupper. Hensikten er at betrakterene selv skal reflektere over tematikken, og gjøre seg opp sin egen mening. Hva tenker og føler du om dette? Samfunnsutviklingen i våre dager går utrolig raskt, men likevel sakte nok til at en ofte ikke merker endringene i særlig stor grad. Jeg ønsker å stoppe tiden noen sekunder, så vi kan ta oss tid til å tenke, reflektere og stille spørsmål ved det vi ser rundt oss. Jeg er generelt kritisk til den "amerikaniserende" samfunnsutviklingen jeg mener det stadig blir mer av i Norge. Med det mener jeg økt fokus på matrielle goder og en perfekt fasade, som ofte er definert av utenforstående krefter, som media, moteskapere og kjendiser. Og ofte med økonomiske baktakner. En eskalerende utvikling jeg mener gjør oss om til homogene menneske-maskiner, og som visker ut vår personlige identitet og ikke gir rom for menneskelige svakheter eller det å være annerledes. Seksualisering av barn i media gjør både barna om til små voksne og frarøver dem barndommen, samtidig som de påvirkes til å bli slik som markedskreftene vil ha dem. Dette er ett av flere onder som muligens bør gjøres noe med, uten at det trosser yttringsfriheten. En vanskelig problemstilling jeg mener det er verd å ta tak i og diskutere.

¹⁶ http://www.ceramicstoday.com/potw/grayson_perry.htm

REFERANSER:

FNs barnekonvensjoner:

<http://www.press.no/wshow.aspx?p=67>

Americans express: spankers, chirurgic, mote press, sexpress

<http://www.americansexpress.no/politiskplattform.html>

<http://www.americansexpress.no/landsstyretmener.html>

Bokanmeldelse Commercialized Kids/Born to Buy

http://www.rethinkingschools.org/archive/19_02/comm192.shtml

Forskningsrapport om seksualiseringen av kvinner:

<http://www.apa.org/pi/wpo/sexualizationrep.pdf>

Privatbilde ble pornofilm cover:

<http://www.teknofil.no/wip4/detail.epl?id=16260>

Sloggi vil ha rumper:

<http://electroworld.no.msn.com/article.aspx?cp-documentid=5964571>

Annonser og den som utformer reklame skal sørge for at reklame ikke er i strid med likeverdet mellom kjønnene, og at den ikke utnytter det ene kjønns kropp eller gir inntrykk av en støtende eller nedsettende vurdering av kvinne eller mann.

<http://www.lovdato.no/all/tl-19720616-047-001.html#1>

TV Norge endrer sendetid for lovstridig reklame mot barn

<http://www.forbrukerombudet.no/index.gan?id=1402>

Kringkastingsloven - reklame mot barn

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/dok/NOUer/2001/NOU-2001-6/13/4.html?id=117722>

Artikkel om seksualisering av barn og unge

http://arts.guardian.co.uk/art/visualart/story/0,,2181019,00.html#article_continue

Deiligst.no:

<http://www.deiligst.no/>

How the kids took over – dokumentar (kun link)

<http://www.abc.net.au/4corners/content/2006/s1577952.htm>

Sally Mann:

<http://media.www.thewestgeorgian.com/media/storage/paper523/news/2004/10/20/ArtsAndEntertainment/Sally.Mann.Explores.Mortality-773459.shtml>

Nan Goldins utstilling stengt:

<http://www.p2pnet.net/story/13515>

Grayson Perry:

http://www.saatchi-gallery.co.uk/artists/grayson_perry.htm

http://www.ceramicstoday.com/potw/grayson_perry.htm

<http://no.wikipedia.org/wiki/Barneseksualitet>

Sigmund Freud

Tesco condemned for selling pole dancing toy:

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-412195/Tesco-condemned-selling-pole-dancing-toy.html>

Paddes bras for six years old

<http://feministing.com/archives/005685.html>

Little girls gone wild

http://www.salon.com/mwt/feature/2008/05/20/lolita_effect/

Tweens: empowered and with money to burn

http://www.euromonitor.com/Tweens_empowered_and_with_money_to_burn

BIBLOGRAFI

Anne Higonnet. Pictures of Innocence, The History and Crisis of Ideal Childhood. 1998, ISBN 0-500-28048-7

Michel Foucault. Seksualitetens Historie 1, Viljen til viten. 1995, ISBN 82-7556-007-1

Tove Steinbo. Fargene Forteller. 2006, ISBN 82-04-11580-6

Jake and Dinos Chapman, Bad Art for Bad People, Tate 2006

Richard Prince, Publications, Guggenheim Museum 2007

Sally Mann. Immediate Family. Aperture Foundation 1992

BILDE/VIDEO REFERANSER:

Kate Moss – Calvin Klein reklame

http://www.davidtoc.com/ck/ckad.cfm?Ad_ID=67

http://www.davidtoc.com/ck/ckad.cfm?Ad_ID=68

http://www.davidtoc.com/ck/ckad.cfm?Ad_ID=219

http://www.davidtoc.com/ck/productpix.cfm?Product_ID=6

Christina Aguilera som skolejente:

<http://frankwbaker.com/skechers.htm>

Paris – burger reklame:

<http://www.youtube.com/watch?v=jmgntNjRs4E&mode=related&search=paris%20Hilton%20Burger%20Car%20Cleaning%20Suds>

Jake and Dinos Chapman:

<http://faculty.vassar.edu/jamundy/tragic.jpg>

Richard Prince: Richard Prince, Publications, Guggenheim Museum 2007

Spiritual America/Brook Shields:

http://img.slate.com/media/1/123125/122966/2156561/2159171/2159175/06a_prince.jpg

Anthony van Dyck, George Villiers, 1635

<http://century21photo.com/C21P/Artists/Dyck/vandyck31.JPG>

Emile Munier. Her Best Friend. 1882

<http://www.liveinternet.ru/images/attach/700761/1260095.jpg>

Carles Dodgson (Lewis Carroll). Reclining Nude. 1879.

[http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/ec/Hatch,_Evelyn_\(Lewis_Carroll,_29.07.1879\).jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/ec/Hatch,_Evelyn_(Lewis_Carroll,_29.07.1879).jpg)

Julia Margaret Cameron. Cupid. 1866.

<http://www.art1.friko.pl/cameron/thumbnails/tnCupid%20odpoczywajacy1872.jpg>

Mennen's Toilet Powder advertisement "Hurry up with Mennens". 1909

<http://www.shoppalstores.com/retrosignshop/thumb//thumbd0010-household.jpg>

Edward Weston. Neil. 1925

http://www.edward-weston.com/images/Portfolios/desnudos/44N_small.jpg

Dorothea Lange. Damaged Child. 1936

<http://www.columbia.edu/cu/amstudies/images/Damaged%20child1936.jpg>

ANDRE BILDE/VIDEO REFERANSER:

Dove kremsåpe – Japansk

<http://www.youtube.com/watch?v=xfQ-OdEuEIY&mode=related&search=>

Dove – I dusjen

<http://www.youtube.com/watch?v=VSTJop8BMQ4>

Bilde av sminket gutt: http://www.ziggys.biz/product_info.php?cPath=22_48&products_id=962

Bikini til jenter 2-3 år – produkt fjernet.
http://www.ziggys.biz/product_info.php?cPath=21_99&products_id=1382

Retusjering:
<http://www.youtube.com/watch?v=LK1NbGRACls>

Lolita video:
http://www.dailymotion.com/tag/lolita/video/x39i95_lolitas_creation