

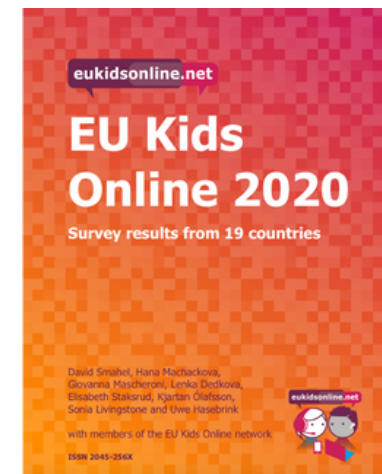
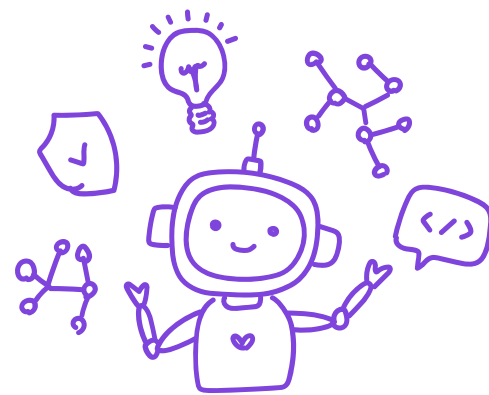
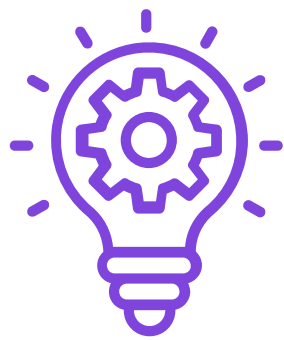
Barn og unges medievaner - bør vi være bekymret?

23.5.2024

Nasjonal skolebibliotekkonferanse, Kristiansand 23-24 mai 2024

Niamh Ní Bhroin

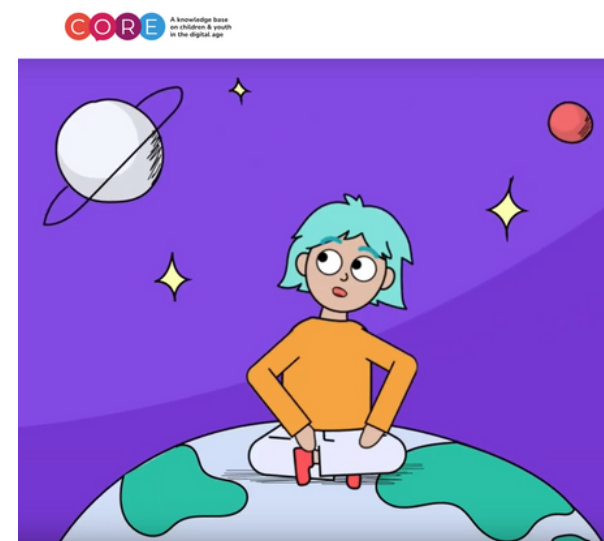
Førsteamanuensis, Institutt for nordisk og mediefag



Barn, unge og digitale medier



UNIVERSITETET
I OSLO





Om utvalget

Regjeringen har nedsatt et utvalg som skal gi et bedre kunnskapsgrunnlag om hvordan barn og unges skjermbruk i barnehage, skole og fritid påvirker helse, livskvalitet, læring og oppvekst. Der utvalget avdekker at særlige utfordringer er tilstrekkelig godt dokumentert, skal utvalget gi innspill til politikkutvikling og gi råd om behovet for tiltak.

Utvalget skal levere en delrapport i form av 2-5 temanotater, som ikke inngår i NOU-serien, innen 15.12.2023. Temanotatene skal omtale kunnskapsgrunnlag som er særlig relevant for ungdom 5.-10. trinn, og er relevant som grunnlag for Kunnskapsdepartementets arbeid med en stortingsmelding om denne aldersgruppen i skolen. Temanotatene skal også omtale kunnskapsgrunnlag som er relevant for meldingsarbeidet med trygg digital oppvekst etter nærmere dialog med Barne- og familiedepartementet. Utvalgets endelige anbefalinger skal avleveres til Kunnskapsdepartementet innen 1.11. 2024.



Popular

Latest

The Atlantic

Sign In



Have Smartphones Destroyed a Generation?

More comfortable online than out partying, post-Millennials are safer, physically, than adolescents have ever been. But they're on the brink of a mental-health crisis.



Forfatter Maja Lunde. Foto: Pontus Lundahl / TT

[Vis mer](#)

Maja Lunde og Ane Dahl Torp fronter opprop mot KI i skolen

Osloskolen kjøpte nylig tilgang til ChatGPT til 92 000 elever. Nå må kunnskapsministeren sette bremsene på, mener kjendisene.

Geir Molnes
JOURNALIST

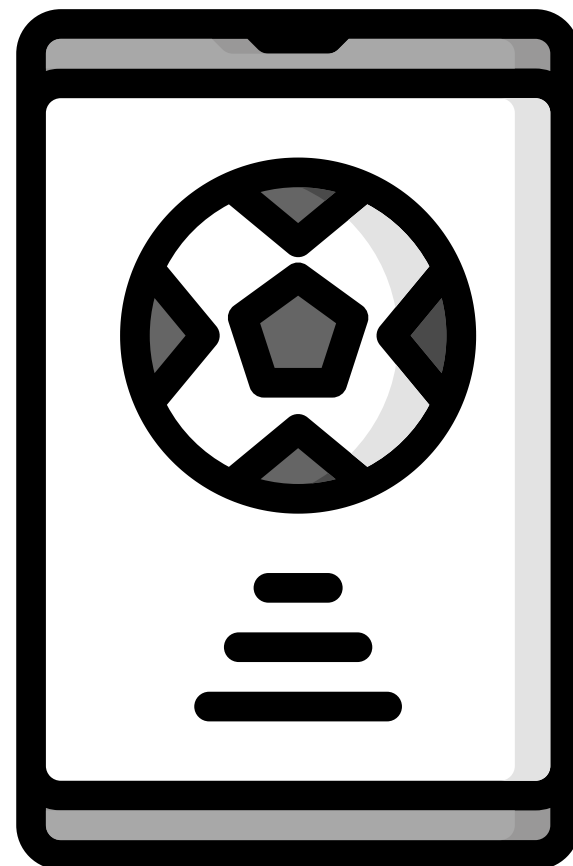
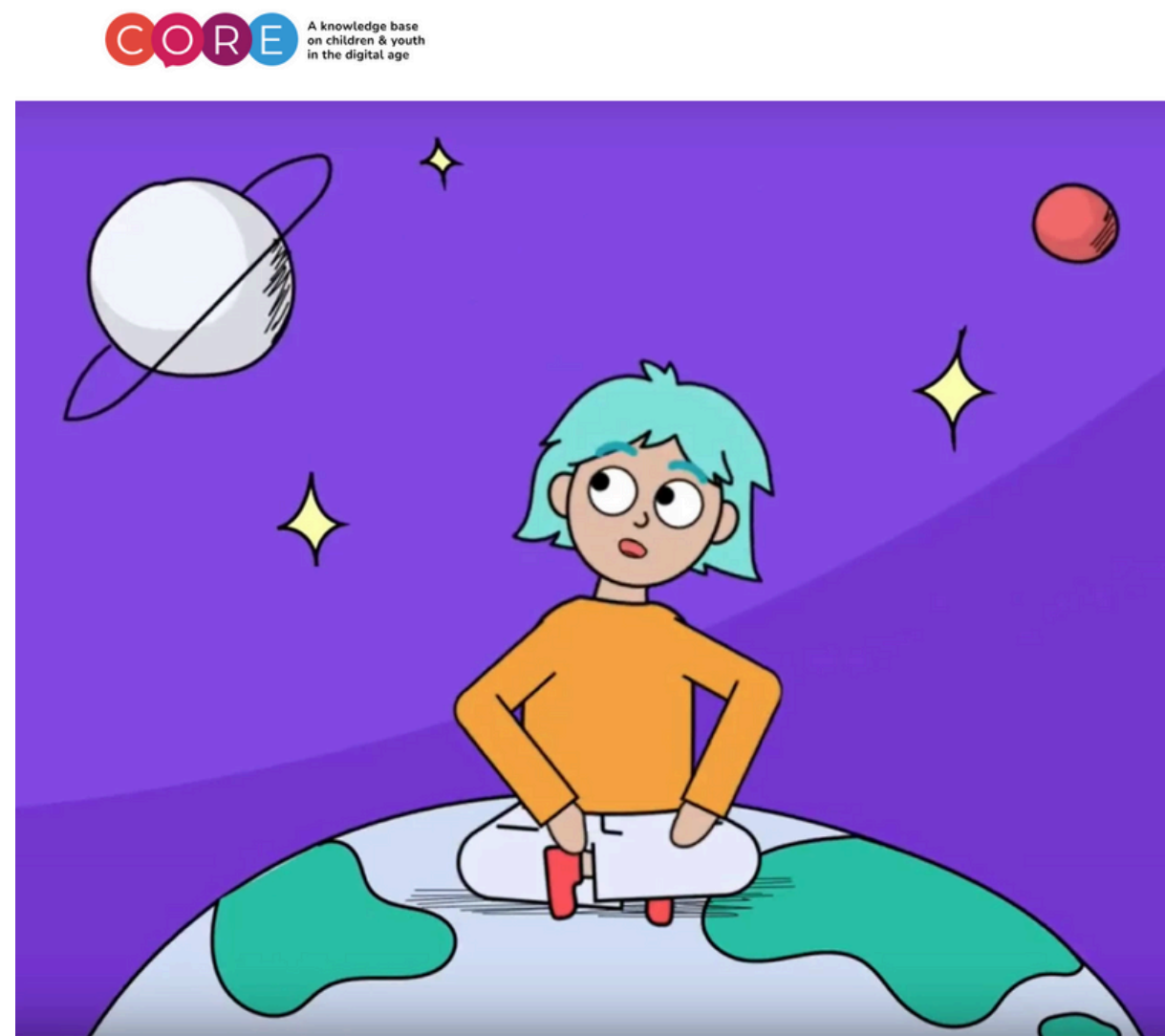
Norske foreldres bekymringer

- 54% av norske foreldre var bekymret for at barna deres brukte mobiltelefonen for mye.
- 50% var bekymret for at barna brukte Internett for mye.
- 49% var bekymret for at barna brukte dataspill for mye.

Frykt for overdreven bruk og avhengighet

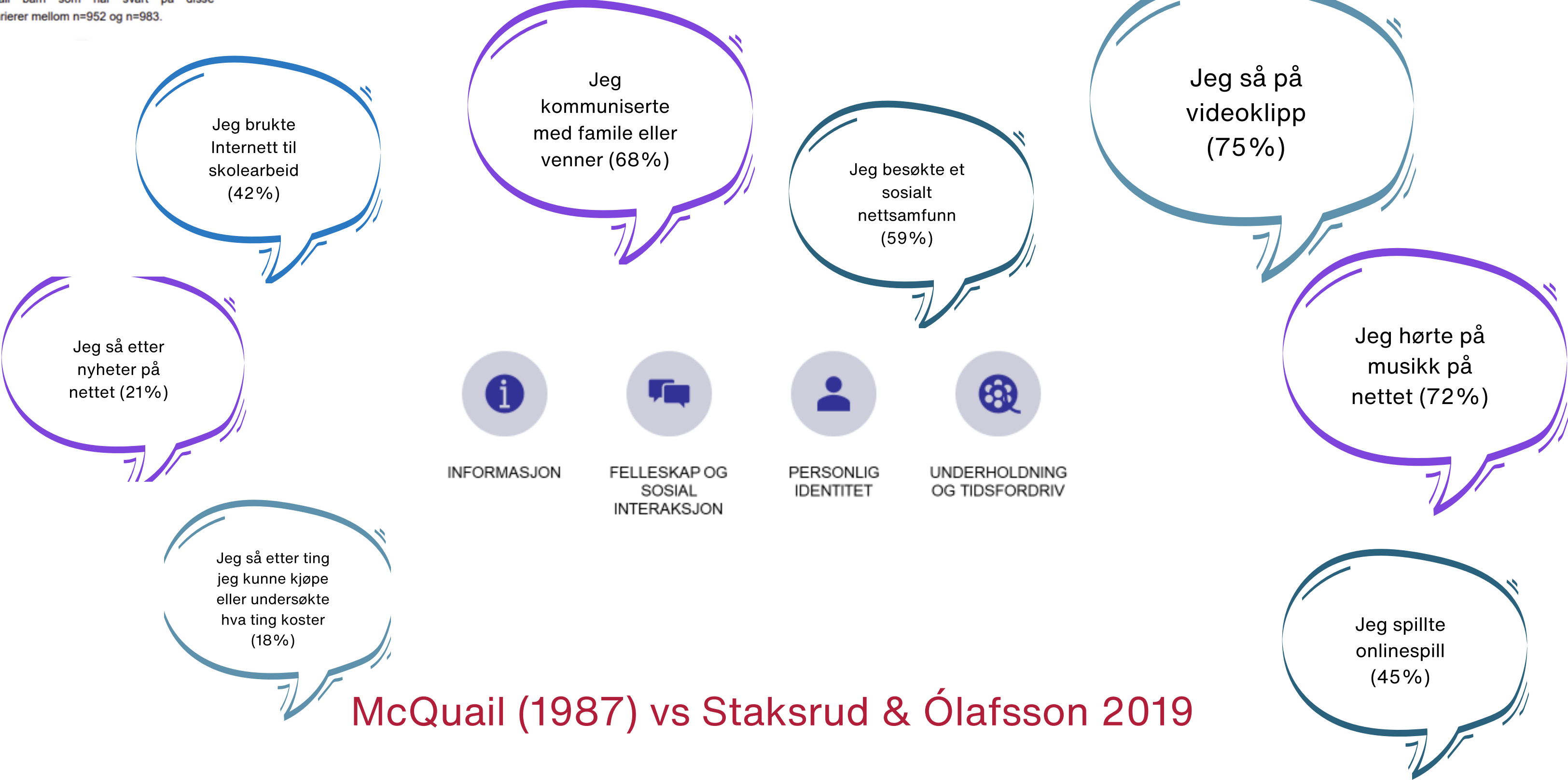
Staksrud & Ólafsson 2019, s. 61

Hva er skjermbruk?



EU Kids Online 2018: QC3a-o: Hvor ofte har du gjort disse tingene PÅ NETTET den siste måneden? Tabellen viser barn som har svart «daglig», «flere ganger daglig», eller «nesten hele tiden».

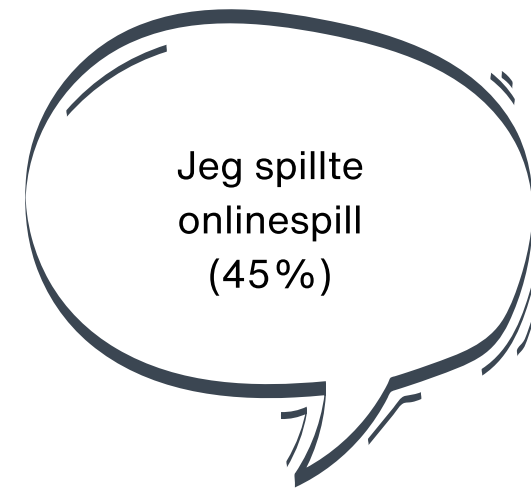
Base: Barn i alderen 9-17 år som bruker Internett (n=1001). Antall barn som har svart på disse alternativene varierer mellom n=952 og n=983.



McQuail (1987) vs Staksrud & Ólafsson 2019

EU Kids Online 2018: QC3a-o: Hvor ofte har du gjort disse tingene PÅ NETTET den siste måneden? Tabellen viser barn som har svart «daglig», «flere ganger daglig», eller «nesten hele tiden».

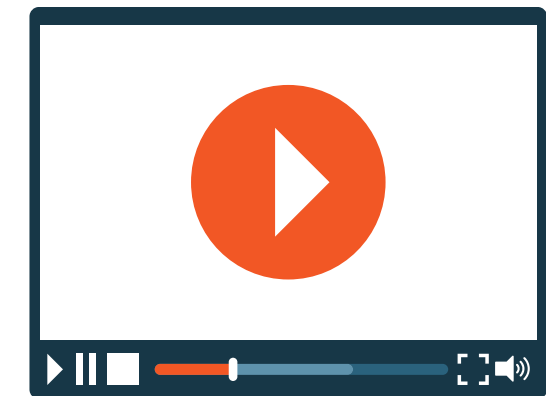
Base: Barn i alderen 9-17 år som bruker Internett (n=1001). Antall barn som har svart på disse alternativene varierer mellom n=952 og n=983.



9-12 åringer: Gutter 69%; Jenter 15%
13-17 åringer: Gutter 69%; Jenter 19%



9-12 åringer: Gutter 71%; Jenter 45%
13-17 åringer: Gutter 93%; Jenter 79%



Staksrud & Ólafsson 2019 (Kjønnsforskjeller - Underholdning)

Er du far til ein ni år gammal gut som spelar mykje, og ikkje er samd med guten om reglane for spelinga, er sjansen stor for at du uroar deg.
(Foto: Colourbox)

Oftast er det fedrar som er bekymra for at barnet spelar for mykje

Ny undersøking viser at det var 62 prosent større sjanse for bekymring blant fedrane enn blant mødrene.

Silje Pileberg
FRILANSJOURNALIST

Universitetet i Oslo

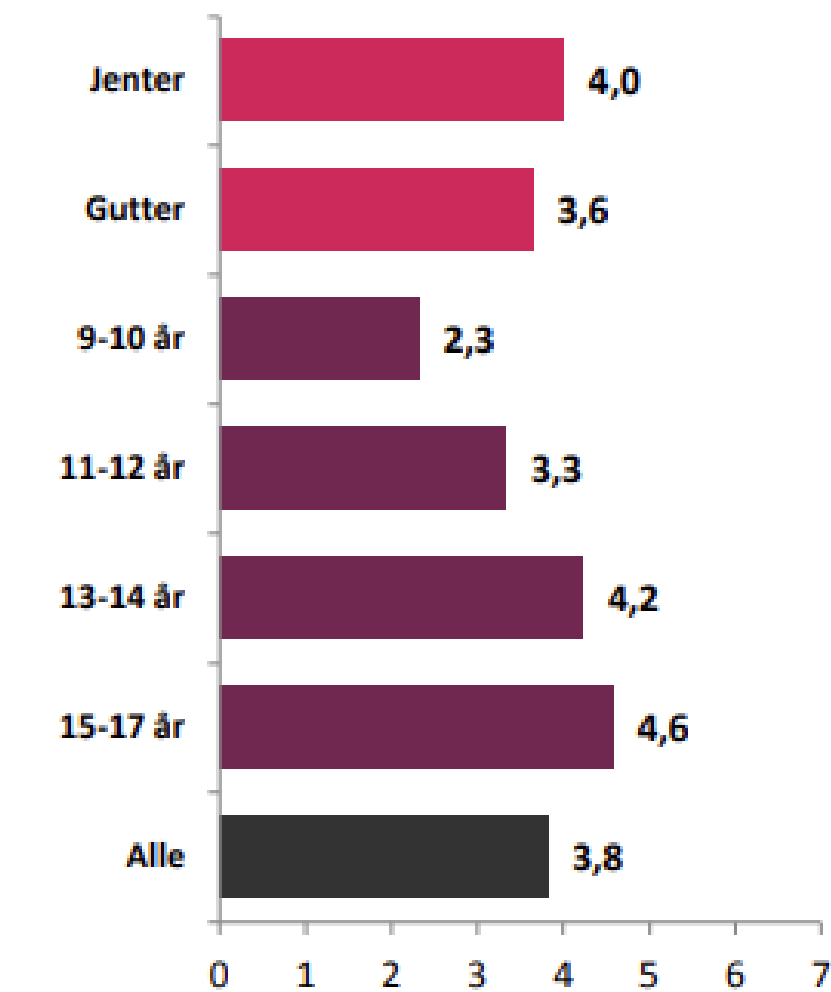
Torsdag 09. februar 2023 - 04:30



Når det gjeld dataspel, er det er gutane foreldre bekymrar seg for. Og kanskje med rette?

Medan 69 prosent av gutar mellom 9 og 17 år seier at dei spelar dagleg, seier berre mellom 15 og 19 prosent av jentene det same, ifølgje norske data frå undersøkinga [EU Kids Online](#).

Figur 2: Estimert gjennomsnitt: timer brukt på Internett hver dag, etter alder og kjønn



EU Kids Online 2018: QB7/QB8: Omtrent hvor lang tid bruker du på Internett? Base: Barn i alderen 9-17 år som bruker Internett (n=1001). Estimert beregnet ut fra både bruk på hverdager og i helger. Antall barn som har svart på dette spørsmålet n=868.

Staksrud & Ólafsson 2019, s. 19

Mediebruk	Samlet kontakttid i timer
Radiolytting	1,9
Fjernsynseeing	1,6-1,7
Avislesing	0,6-0,7
Lesing av tidsskrifter, ukeblader	0,2
Boklesing	0,3
Kinobesøk	0,0
Lytting på plater og kassetter	0,5
Mediebruk i alt	5,3

Bastiansen og Dahl, 2008, s. 434
Gjennomsnittlig tid per dag brukt til massemedier
blant den voksne norske befolkning, 1970-årene

Norsk mediebarometer

Oppdatert: 14. mai 2024
Neste oppdatering: Foreløpig ikke fastsatt



Last ned tabell som ...

Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittsdag ¹				
	Prosent			
	1991	2000	2022	2023
Papiravis	84	77	21	17
Nettavis ²	..	..	64	59
TV ³	81	82	47	47
Radio	71	57	49	48
Lydmedier	43	50	57	60
Ukeblad	21	17	7	5
Bøker	24	20	26	25
Tidsskrift	18	14	8	7
Tegneserieblad	11	9	6	5
Videomedier ⁴	10	10	51	50
Internett	..	27	93	94
¹ Tallene for 2022 gjelder dem i aldersgruppen 9-79 år. Fra og med 2022-tall er det ingen øvre aldersgrense. ² Frem til og med 2021 gjaldt dette kun nettversjonen av papiraviser. Fra og med 2022-tall gjelder det alle nettaviser ³ Gjelder både tradisjonelle TV-signaler gjennom parabol, kabel- eller digitalt bakkenett og direkte TV-seing på nett-TV gjennom f. eks. NRK Direkte eller TV2 Play Direkte. ⁴ Inkluderer også strømmetjenester via internett				

Kilde SSB: <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/statistikk/norsk-mediebarometer#om-statistikken>

Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittsdag ¹				
	Prosent			
	1991	2000	2022	2023
Papiravis	84	77	21	17
Nettavis ²	..	..	64	59
TV ³	81	82	47	47
Radio	71	57	49	48
Lydmedier	43	50	57	60
Ukeblad	21	17	7	5
Bøker	24	20	26	25
Tidsskrift	18	14	8	7
Tegneserieblad	11	9	6	5
Videomedier ⁴	10	10	51	50
Internett	..	27	93	94

¹ Tallene før 2022 gjelder dem i aldersgruppen 9-79 år. Fra og med 2022-tall er det ingen øvre aldersgrense.

² Frem til og med 2021 gjaldt dette kun nettversjonen av papiraviser. Fra og med 2022-tall gjelder det alle nettaviser

³ Gjelder både tradisjonelle TV-signaler gjennom parabol, kabel- eller digitalt bakkenett og direkte TV-seing på nett-TV gjennom f. eks. NRK Direkte eller TV2 Play Direkte.

⁴ Inkluderer også strømmetjenester via internett

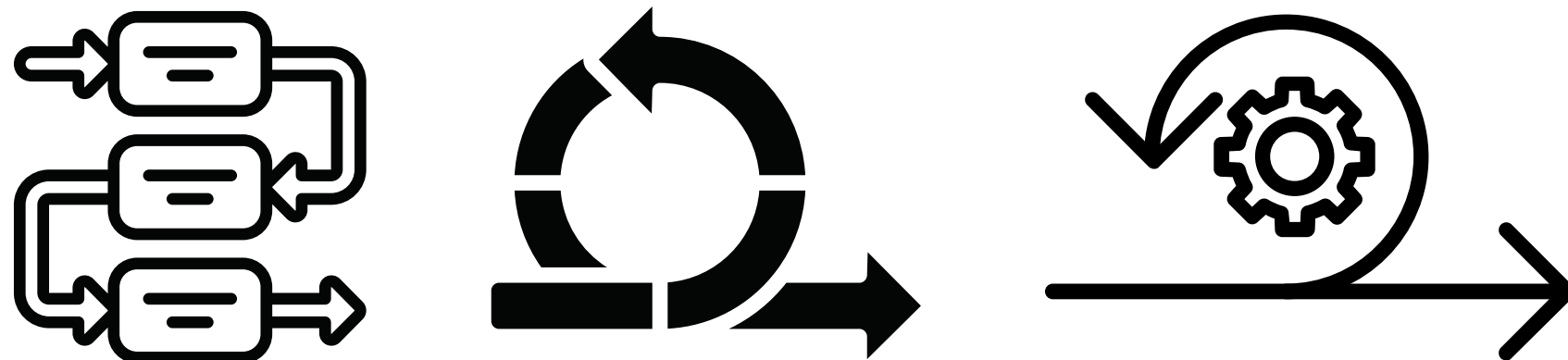
Kilde SSB: <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/statistikk/norsk-mediebarometer#om-statistikken>

METODOLOGISKE UTFORDRINGER

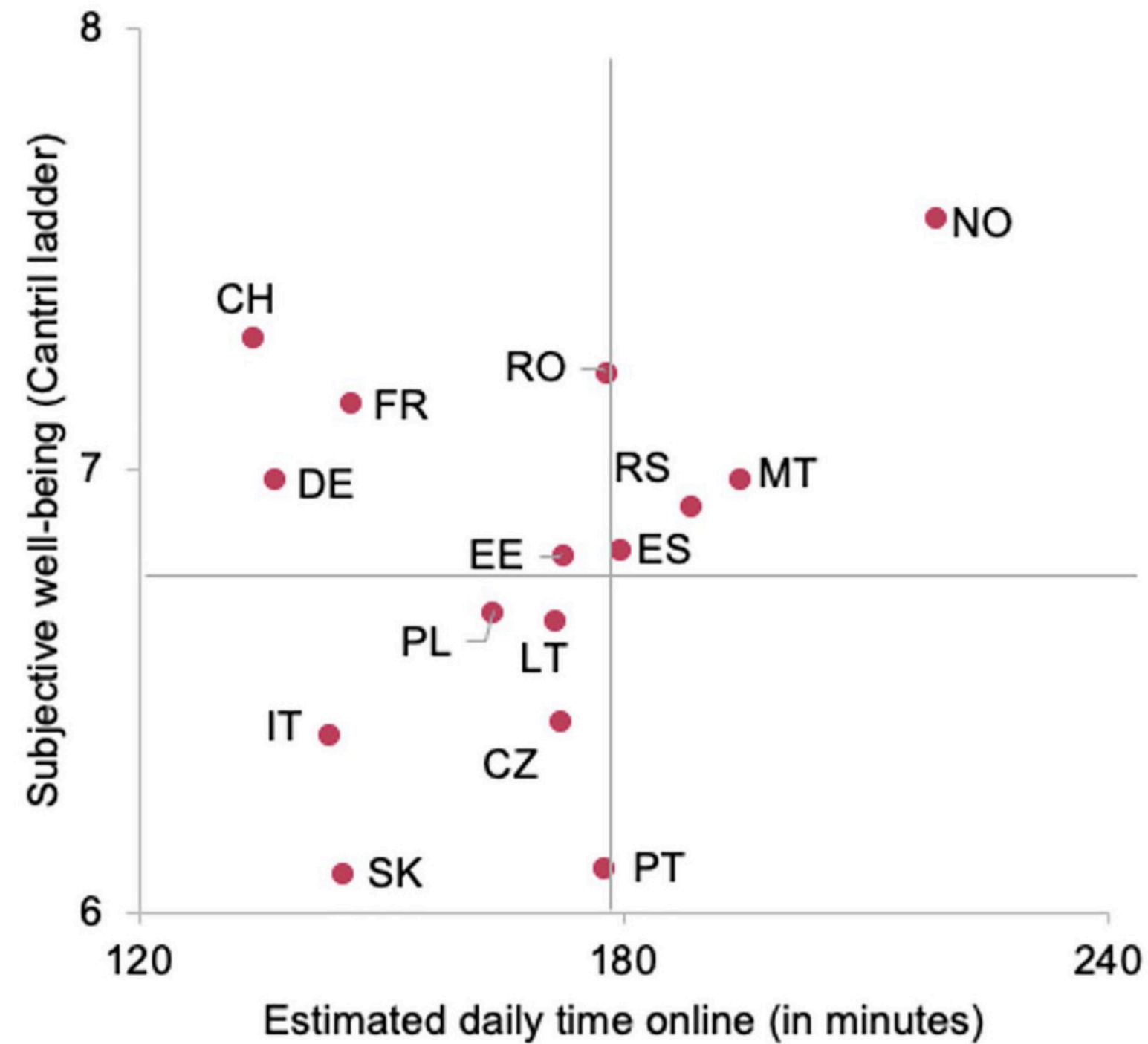


- Mange tversnittundersøkelser - Vanskelig å bekrefte kausalitet
- Trenger mer longitudinell forskning
- Lite tverrfaglighet - Ulik fokus
- Mye fokus på individuelle faktorer

Det er vanskelig å bekrefte årsakssammenhenger og dermed også å finne hvilken faktorer som kan fungere som risiko eller beskyttende faktorer i ulike sammenhenger.



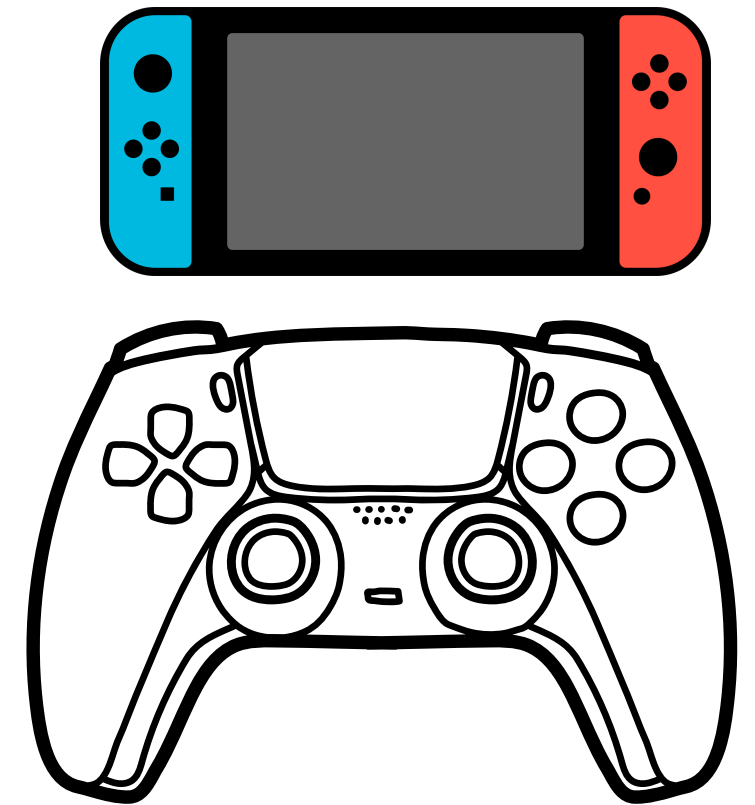
Sammenheng mellom selvrapportert tidsbruk og selvrapportert livstilfredshet



Milosevic et al., 2022

- Norske barn (NO) (9-16) sammenlignet med barn fra 18 andre land
- Positiv sammenheng også når andre faktorer er vurdert - individuelle faktorer, familie, skole faktorer og samfunnsmessige faktorer

- Barnet har vanskelig for å slutte med databruken når de får beskjed om det.
- Barnet har ingen interesse for andre aktiviteter.
- Databruk er det eneste barnet tenker på
- Databruken forstyrrer andre aktiviteter i familien
- Databruken skaper problemer mellom barnet og foreldrene eller barnet og søsken
- Barnet trekker seg frustrert tilbake når det ikke får bruke skjermen mer
- Barnet øker databruken mer og mer
- Når barnet har hatt en dårlig dag, er databruk det eneste som får dem til å føle seg bedre
- Barnet sniker seg til å bruke mobilen eller dataskjermen uten lov



Forskning.no: <https://www.forskning.no/psykologi-barn-og-ungdom-data/ni-tegn-pa-at-barnet-ditt-er-avhengig-av-skjermen/304016>

Luo T, Wei D, Guo J, Hu M, Chao X, Sun Y, Sun Q, Xiao S, Liao Y. Diagnostic Contribution of the DSM-5 Criteria for Internet Gaming Disorder. Front Psychiatry. 2022 Jan 5;12:777397. doi: 10.3389/fpsy.2021.777397. PMID: 35069285; PMCID: PMC8766757.

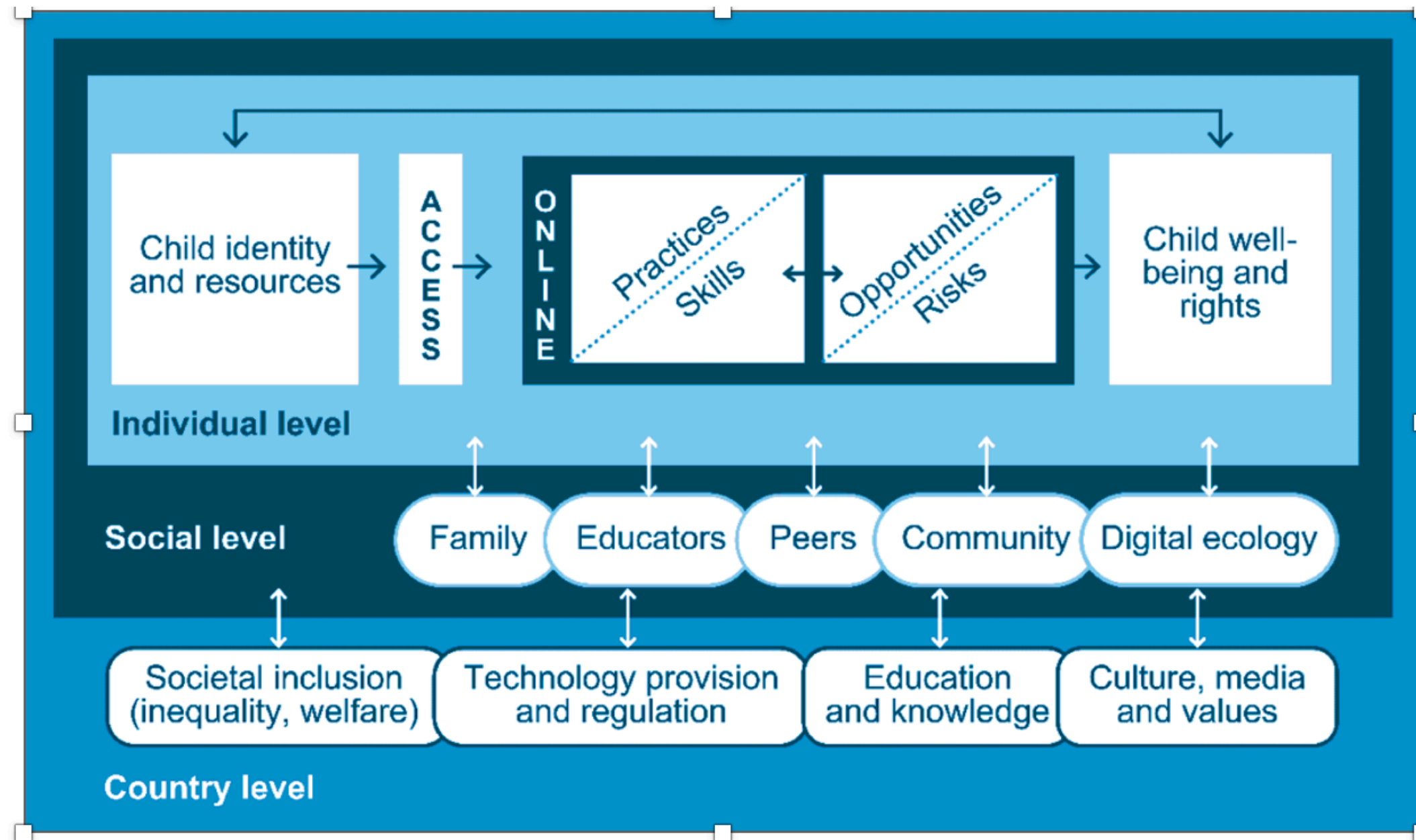
Barn og unges medievaner - *hva bør vi bekymre oss for?*

23.5.2024

Nasjonal skolebibliotekkonferanse, Kristiansand 23-24 mai 2024

Niamh Ní Bhroin

Førsteamanuensis, Institutt for nordisk og mediefag



EU Kids Online - analytisk modell (Livingstone et al., 2018)

VULNERABILITY, DIGITAL LITERACY AND RESILIENCE



Article | [Open access](#) | [Published: 28 March 2022](#)

[Amy Orben](#) , [Andrew K. Przybylski](#), [Sarah-Jayne Blakemore](#) & [Rogier A. Kievit](#)

66k Accesses | 67 Citations | 2359 Altmetric | [Metrics](#)

The relationship between social media use and life satisfaction changes across adolescent development. Our analyses of two UK datasets comprising 84,011 participants (10–80 years old) find that the cross-sectional relationship between self-reported estimates of social media use and life satisfaction ratings is most negative in younger adolescents. Furthermore, sex differences in this relationship are only present during this time. Longitudinal analyses of 17,409 participants (10–21 years old) suggest distinct





INFORMASJON



FELLESKAP OG
SOSIAL
INTERAKSJON



PERSONLIG
IDENTITET



UNDERHOLDNING
OG TIDSFORDRIV



Oppadrettet sosial
sammenligning

Nedadrettet sosial
sammenligning

«Sosiale medier byr på
en nærmest uendelig
galleri av mennesker vi
kan sammenligne oss
med» (Aalen & Iversen,
2021: 100)

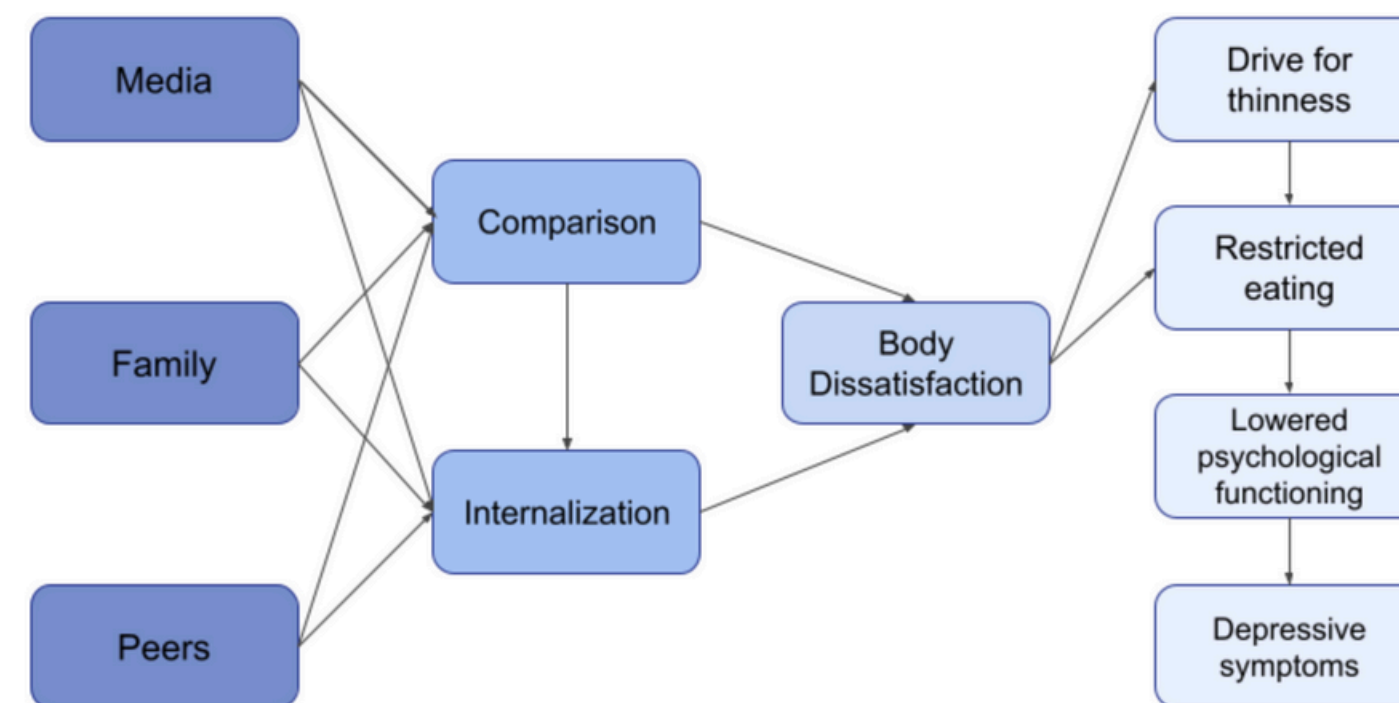
INTERNALISERING AV KROPPSIDEALER



Eksponering for medieinnhold som fremmer tynne kroppsidealer kan påvirke kvinner på en negative måte fordi slikt innhold kan forsterke et ønske om å ha en tynn kropp.

"Tripartite Influence Model" brukes for å undersøke og forklare hvordan innflytelse fra foreldre, venner og medier kan føre til internalisering av tynne kroppsidealer på en måte som fører til å minske tilfredsstillelse med eget kropp og kan bidra til spiseforstyrrelser.

Det er individets internalisering av idealene og sammenligning med andre som minsker tilfredsstillelse med eget kropp.



No higher resolution available.

[Tripartite_Influence_Model_of_Body_Dissatisfaction.png](#) (778 × 416 pixels, file size: 46 KB, MIME type: image/png)

INTERNALISERING AV KROPPSIDEALER

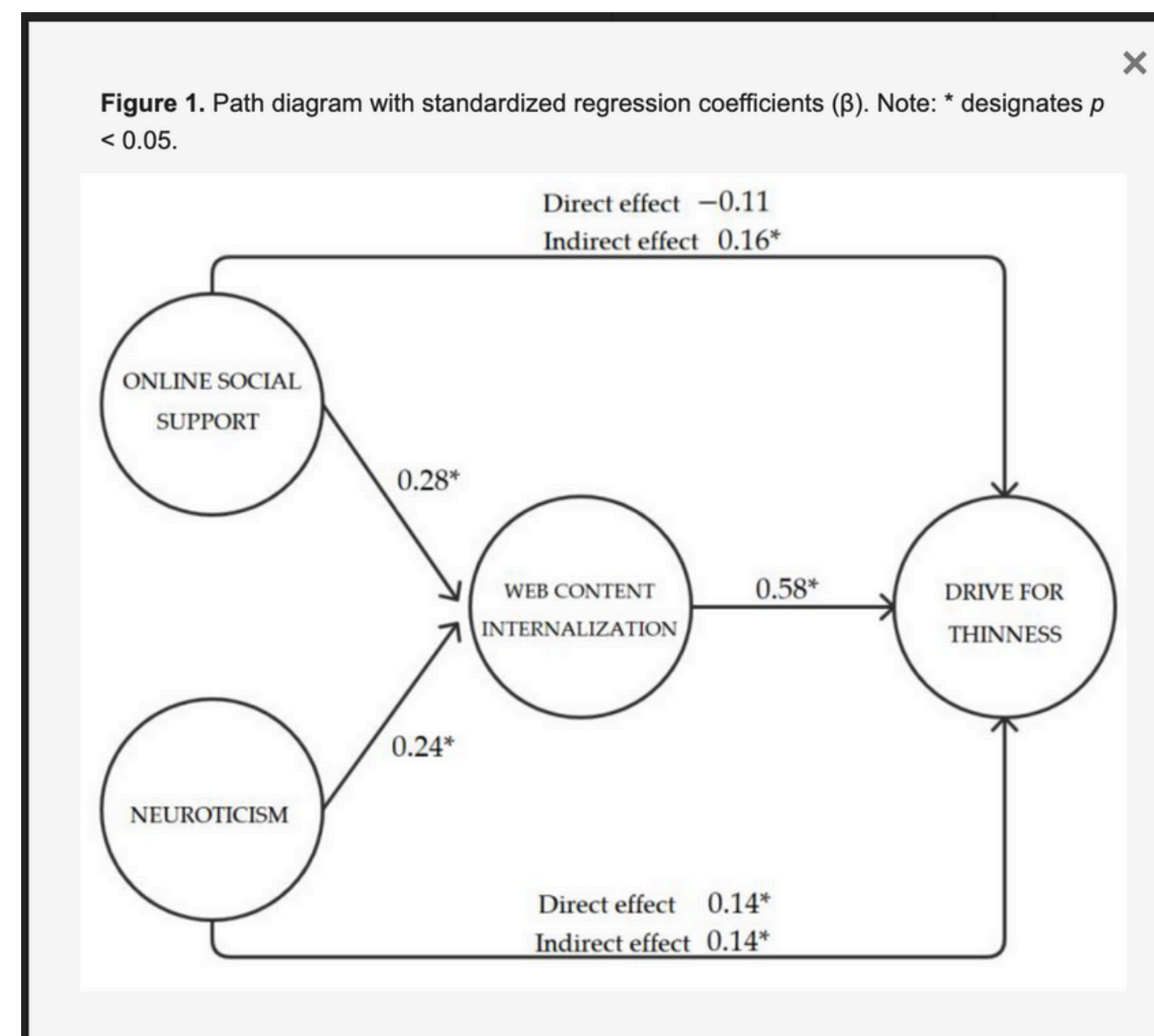


Forskere i Tsjekkia undersøkte 445 unge kvinners (18-29 år) bruk av nettsider med informasjon om trening, næring og vekttap.

Selv om slike nettsider kan være helsefremmende, la forskerne merke til at mange også viste innhold som fremmet tynne kroppsidealer.

Forskerne ville undersøke individuelle faktorer som førte til økt grad av internalisering.

Kvinner som opplever sosial støtte fra slike nettsider og som har økt grad av nevrose kan internalisere tynne kroppsidealer på en måte som forsterker deres ønske om å bli tynn (Kvardova, Machakova og Smahel, 2020).



DIGITAL STRESS

- Tilgjengelighetsstress
- Anerkjennelsesangst
- Frykt for å gå glipp av noe (FOMO)
- Kommunikasjonsoverbelastning



< [Browse all articles](#)



Common Sense Media

September 26, 2023

Ditch the Distractions: Supporting Kids and Teens with Phone Notifications

How to help kids with managing device notifications and maintaining their digital well-being.

Topics: [Cellphones and Devices](#) [Screen Time](#)



Photophop, fillers og falske glansbilder? En studie blant ungdom om kjønn, kropp og markedsføring i sosiale medier

Steinnes, Kamilla Knutsen; Teigen, Helene Fiane; Bugge, Annechen Bahr

Research report



View/Open

Photoshop, fillers og falske glansbilder? En studie blant ungdom om kropp, kjønn og markedsføring i sosiale medier (3.316Mb)

URI

https://hdl.handle.net/20.500.12199/2253

Abstract

Denne studien undersøker hvordan kjønn og kropp framstilles i markedsføringen rettet mot ungdom på nett, hvordan

ungdom opplever, påvirkes og forholder seg til dette, samt hva slags digital forbrukerkompetanse ungdommene trekker

på. Studien nærmer seg dette gjennom kartlegging og innholdsanalyser av annonser, fokusgrupper blant ungdom og en

survey blant unge. Funnene viser at ungdom møter på kjønnsdelt markedsføring på sosiale medier, som opptre

stereotypisk og følger tradisjonelle kjønnsmonstre. Ungdommene legger selv merke til disse stereotypiske

fremstillingene og mener at denne kjønnsdelte markedsføringen bidrar til kroppspress blant unge. De ønsker seg mer

variasjon og mangfold i reklamene de ser og støtter pågående politiske prosesser rundt merking av retusjert reklame og

strengere regler for markedsføring av kosmetisk kirurgi. Til tross for dette demonstrerer de unge høy grad av digital

kompetanse og refleksivitet over hvordan innhold på sosiale medier kan påvirke dem. Stort sett er de fleste

ungdommene tilfreds med sin egen kropp og utseende og svært få sier de ønsker å ty til inngrep for å fikse på det de er

misfornøyd med.

Publisher



Hvordan merke reklame i sosiale medier?



Dette er en **god merking**. Merkingen kommer først i teksten

Reklame i sosiale medier skal utformes og presenteres slik at den tydelig framstår som reklame.

Alle skal kunne oppfatte at det er reklame *før eller samtidig* som de ser innlegget.

Du kan lese mer om hvordan reklame i sosiale medier skal merkes i [veiledningen vår](#).

Der finner du også [konkrete eksempler](#) på god og dårlig merking i forskjellige sosiale medier.

Article

The Privacy Paradox by Proxy: Considering Predictors of Sharenting

Niamh Ní Bhroin ^{1,*}, Thuy Dinh ², Kira Thiel ³, Claudia Lampert ³, Elisabeth Staksrud ¹, and Kjartan Ólafsson ¹

¹ Department of Media and Communication, University of Oslo, Norway

² Centre for Social and Educational Research, Technological University Dublin, Ireland

³ Leibniz Institute for Media Research | Hans-Bredow-Institut, Germany

* Corresponding author (n.n.bhroin@media.uio.no)

Submitted: 31 August 2021 | Accepted: 25 November 2021 | Published: 29 March 2022

Abstract

Despite being worried that children may compromise their privacy by disclosing too much personal data online, many parents paradoxically share pictures and information about their children *themselves*, a practice called sharenting. In this article we utilise data from the EU Kids Online survey to investigate this paradox. We examine both how individual characteristics such as demographics and digital skills, and relational factors, including parental mediation styles, concerns about children's privacy, and communication between parents and children influence sharenting practices. Counter-intuitively, our findings show that parents with higher levels of digital skills are more likely to engage in sharenting. Furthermore, parents who actively mediate their children's use of the internet and are more concerned about the privacy of their children, are also more likely to engage in sharenting. At the same time, and further emphasising the complexities of this relational practice, many parents do not ask for their children's consent in advance of sharing information about them. Overall, parents seem to consider the social benefits of sharenting to outweigh the potential risks both for themselves and for their children. Given the paradoxical complexities of sharenting practices, we propose further research is required to distinguish between different kinds of sharenting and their potential implications for children and young people's right to privacy.

Keywords

children online; children's digital rights; Europe; parental mediation; privacy paradox; sharenting

Issue

This article is part of the issue "Digital Child- and Adulthood: Risks, Opportunities, and Challenges" edited by Claudia Riesmeyer (LMU Munich), Arne Freya Zillich (Film University Babelsberg KONRAD WOLF), and Thorsten Naab (German Youth Institute).

© 2022 by the author(s); licensee Cogitatio (Lisbon, Portugal). This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

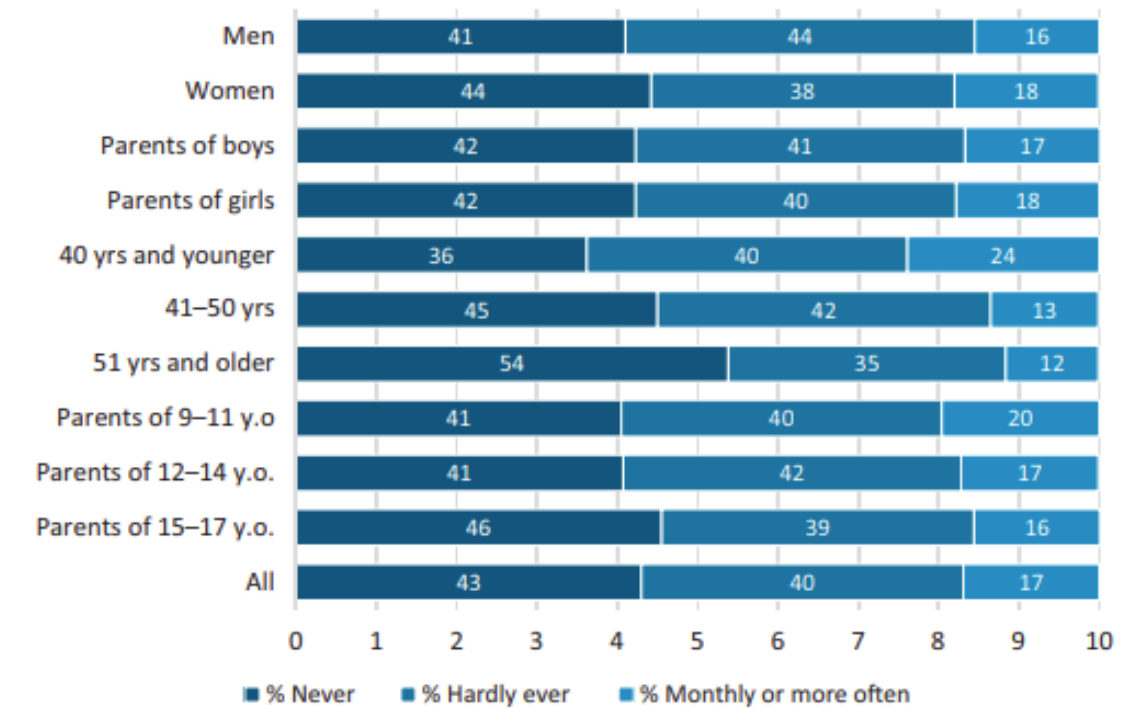
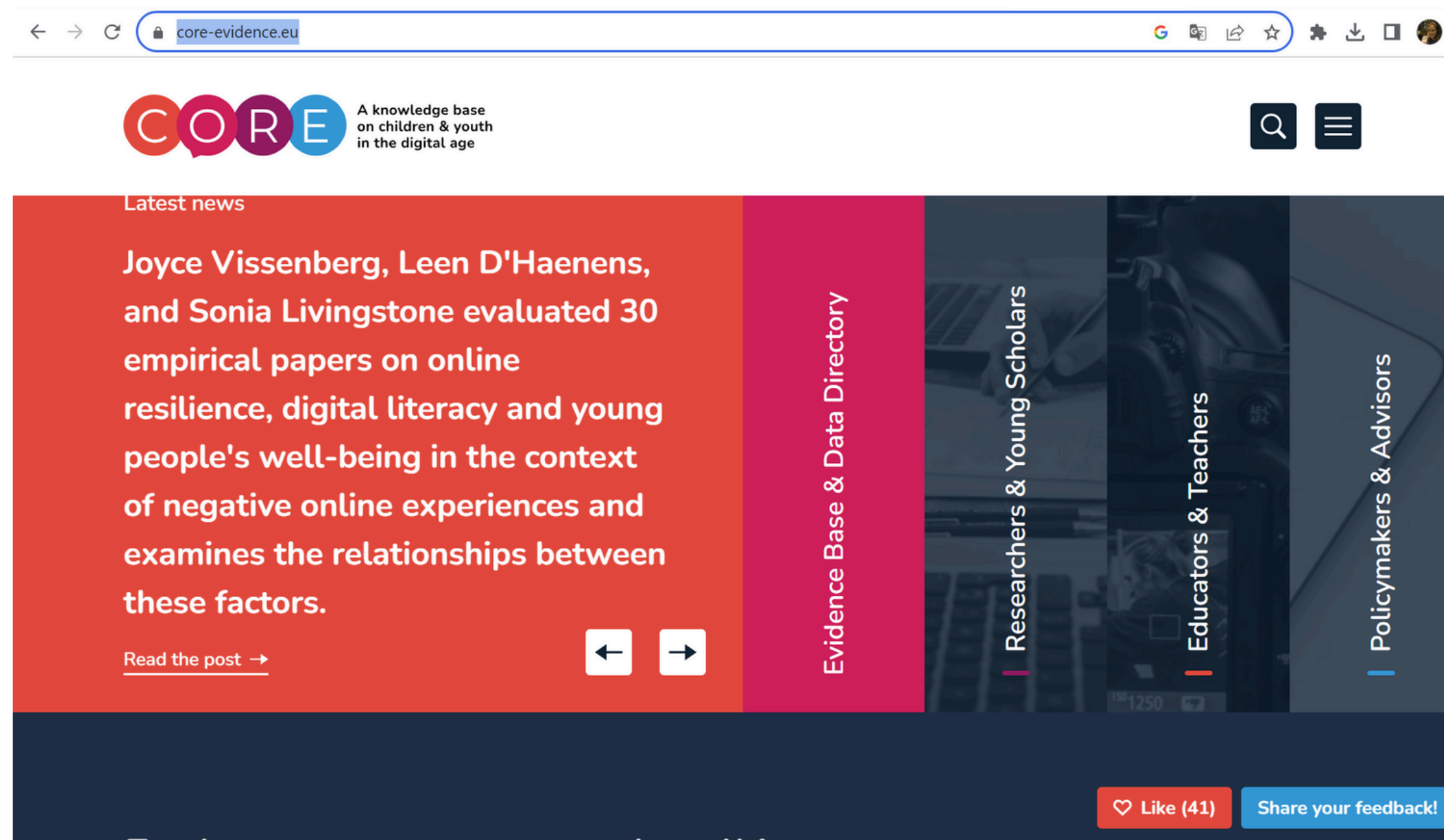


Figure 1. How often do you share/post/blog photos/videos of your child online? By gender and age of parent and child. Notes: Data from all countries; parent gender n = 5,461, gender of child n = 5,265, parent age n = 5,424, age of child n = 5,286.

Table 6. Sharenting practices by type of parent and child communication about sharenting.

When you have shared photos or videos of your child and/or children online has any of the following happened?		% Of respondents who are frequent sharers
1. I asked my child if it was OK in advance ^a	No	34
	Yes	30
2. I never ask my child in advance if it is ok to post photos or videos of them ^b	No	28
	Yes	49
3. My child asked me to post the photos/videos online ^c	No	29
	Yes	54
4. My child asked me to remove something I posted about them online ^d	No	31
	Yes	47

Notes: (a) Includes data from all countries, n = 2,830; (b) includes data from all countries, except Germany and Spain, n = 1,935; (c) includes data from all countries, except Germany, n = 2,401; (d) includes data from all countries, n = 2,823.



core-evidence.eu

Referanser

Livingstone S, Mascheroni G, Staksrud E (2018) European research on children's Internet use: assessing the past and anticipating the future. *New Media & Society* 20(3): 1103–1122.

Milosevic, T., Bhroin, N. N., Ólafsson, K., Staksrud, E., & Wachs, S. (2022). Time spent online and children's self-reported life satisfaction in Norway: The socio-ecological perspective. *New Media & Society*, 0(0).

Smahel D, Machackova H, Mascheroni G, et al. (2020) EU kids online 2020: survey results from 19 countries. Report, EU Kids Online, London School of Economics and Political Science, London. Available at: <https://eprints.lse.ac.uk/103294/>

Staksrud E, Ólafsson K (2019) Access, use, risks and opportunities: Norwegian children on the Internet. Report, EU Kids Online, University of Oslo, Oslo. Available at: https://www.hf.uio.no/imk/english/research/projects/eu-Kids-online-IV/publications/summary-2018/eukids_2018summary_english.pdf