



BARNEVAKTEN TEMAMAGASIN, NR. 1, 19. ÅRG. APRIL 2019, LØSSALG: 75.-

DIGITAL BARNDOM



TEMA

KILDEKRITIKK

HVORDAN LÆRE BARN OG UNGE
KRITISK MEDIEFORSTÅELSE?

FALSKE NYHETER

Fleip eller
fakta?

NETTLESING

– Unge sliter med å
vurdere informasjon

LÆRINGSRESSURS

Styrk barnas
medieforståelse

LEDER

HVEM KAN VI TRO PÅ?

LØGNER, misvisende informasjon, propaganda, feile fakta og fordommer. I vår digitale verden er det mer enn nok av alt dette. Men det samme gjelder sannhet, nyttig informasjon, mangfoldige ytringer og konstruktiv demokratisk debatt. Ofte finnes begge ytterkanter på samme sted. Det er ikke alltid lett å vite hva som er hva, og det er lett å bli lurt, også for voksne. Selv i seriøse mediehus sniker det seg inn falske nyheter og tvilsomme vinklinger.

BARN OG UNGE i dag har ingen lett oppgave når de skal skille konstruktiv fra destruktiv informasjon. Sosiale medier gir tilgang til en konstant informasjonsstrøm der det ikke finnes noen ansvarlig redaktør. Undersøkelser viser at unge er ganske flinke til å forstå når noen prøver å svindle dem, men de er vesentlig mindre i stand til å vurdere om tekster de finner på nett er sannferdige. Det kan du lese mer om på side 16. Dette understreker hvor viktig det er å bevisstgjøre barn og unge på kildekritikk og å utstyre dem med enkle metoder for faktasjekking. I de kommende nye læreplanene for skolen vil det bli lagt mer vekt på kildekritikk, noe du kan lese om på side 12. Selv i rammeplanen for barnehagen er kildekritikk nevnt (se side 14). Medietilsynet har på sin side laget et undervisningsopplegg for å bidra til å styrke unges kritiske medieforståelse (se side 4). Du bestemmer er en annen ressurs som har nyttige verktøy for å bevisstgjøre barn på viktigheten av kildekritikk.

ELLERS BYR dette magasinet på et innblikk i hvordan pressen jobber etter Vær Varsom-plakaten, NRK Super sin nyhetsformidling for barn og snikreklame på film og tv, for å nevne noe. Samlet håper vi å gi deg informasjon og inspirasjon til å fokusere mer på kildekritikk i hverdagen. Selv om kildekritikk vil bli mer vektlagt i skolen, så er det i de nære relasjoner man finner de viktigste forbildene, og det er her man må forankre barn og unges evne til å skille den «kule» youtuberen som prater tull fra de som vet hva de snakker om.



RUNE H. RASMUSSEN, REDAKTØR



Vi er en ideell stiftelse som jobber for at barn og unge skal kunne bruke mediene på en trygg og bevisst måte.

Nettside
barnevakten.no
facebook.com/barnevakten.no/

Besøksadresse
Fjøsangerveien 45
5054 Bergen

Postadresse
Postboks 2420 Solheimsviken
5824 Bergen

Redaktør
Rune H. Rasmussen

Ansvarlig redaktør
Leif Gunnar Vestbøstad Vik

Grafisk design
Rune H. Rasmussen

Illustrasjonsfoto
Shutterstock

Foto av ansatte
Studio 1 fotografene

Trykk
Bodoni

Kontakt
Tlf.: 53 00 95 30
Epost: post@barnevakten.no

16 UNGE TRENGER OPPLÆRING I NETTLESNING

INNHold

AVSLØR FALSKE NYHETER

4

8

AVSLØRER FEIL

Faktisk.no sjekker påstander

10

UOPPNÅELIGE IDEALER

Ha et kritisk blikk

14

RETT OG GALT

Kildekritikk i barnehagen

18

– IKKE SLUK ALT DU SER

Tips fra en influencer

22

VÆR VARSOM

Pressens etiske regler

24

EN GOD KILDE?

Er Wikipedia til å stole på?

26

SUPERNYTT

Kvalitetssikret for barn

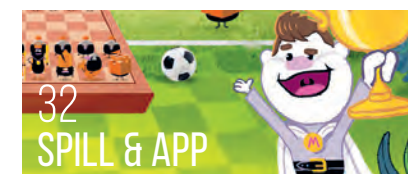
28

SNIKREKLAME

Ikke bli lurt av skjult reklame

MER KRITISK TENKNING I SKOLEN

12



34 SPØR KJELLAUG

NORSKE 13-18-ÅRINGER:

74%

MENER DE ER LITT ELLER VELDIG GODE TIL
Å FORSTÅ OM INFORMASJON ER SANN

37%

SJEKKER INFORMASJON VED NETTSØK
NÅR DE MISTENKER AT DEN ER USANN

Barn og Medier 2018



I dagens mediehverdag er kritisk medieforståelse blitt en viktig ferdighet for at barn og unge skal kunne ta gode valg på nett og være konstruktive deltakere i samfunnsdebatten, fremhever Medietilsynet.

HVORDAN AVSLØRE FALSKE NYHETER?

TEKST: RUNE H. RASMUSSEN

«Målet er å bidra til å styrke unges kritiske medieforståelse og deres evne til å vurdere innhold i mediene»

Falske nyheter er blitt et kjent begrep de siste årene, spesielt etter at det ble hyppig brukt i den amerikanske valgkampen i 2016. Begrepet brukes om nyhetslignende saker som sprer falsk informasjon med den hensikt å påvirke mottakerne på bestemte måter. Slike saker kan være vanskelig å avsløre selv for voksne, og da sier det seg selv at det er avgjørende at barn og unge utvikler en sunn og god evne til kildekritikk i tidlig alder.

Fokus på kildekritikk

Medietilsynet har i lengre tid hatt et spesielt fokus på kildekritikk, og høsten 2018 ble undervisningsopplegget «Falske nyheter – kritisk medieforståelse» lansert av Medietilsynet, Faktisk.no og Utdanningsdirektoratet.

– Kritisk medieforståelse er viktig for at barn og unge skal ta trygge og gode valg når de bruker, lager eller deler noe på ulike medieplattformer. Det handler rett og slett om den kunnskapen og de ferdighetene de bør ha for å kunne være bevisste mediebrukere og aktive deltakere i den offentlige samtalen, sier direktør Mari Velsand i Medietilsynet.

Tall fra Medietilsynets undersøkelse «Barn og medier 2018» viser at et stort flertall unge i alderen 13 til 18 år mener de er gode til å forstå om informasjon er falsk (74 prosent) eller om noen prøver å lure dem (85 prosent).

– Samtidig er det relativt mange som oppgir at de ikke sjekker nærmere når de kommer over nyheter eller informasjon de mistenker at er usann. Vi kommer framover til å gjøre nye undersøkelser som skal gi oss mer informasjon om kritisk medieforståelse i befolkningen, blant

annet når det gjelder dette med falske nyheter, sier Velsand.

Opplegg for ungdom

Det nye undervisningsopplegget er tilrettelagt for ungdom mellom 13 og 16 år, og er utarbeidet med tanke på kompetansemålene etter fullført 10. årstrinn for læreplanene i norsk og samfunnsfag. Opplegget er med andre ord spesielt tilrettelagt for bruk i skolen, men det kan også brukes i andre sammenhenger, for eksempel i konfirmantundervisningen. Velsand tror også at yngre og eldre barn og unge kan ha nytte av opplegget.

– Opplegget består av en veilederguide, en PowerPoint-presentasjon og noen korte filmsnutter som lærerne kan bruke i undervisningen. Det er flere korte aktiviteter med steg-for-steg beskrivelser. Disse kan gjennomføres hver for seg, eller hele opplegget kan «kjøres i ett», sier Velsand.

– Målet med opplegget er å bidra til å styrke unges kritiske medieforståelse og deres evne til å vurdere innhold i mediene. Medietilsynet mener at kunnskap om og evne til kildekritikk er en svært viktig



Foto: Medietilsynet/Thomas Ekström

Begrepet **falske nyheter** brukes om nyhetslignende saker som sprer usannheter og manipulerende informasjon. Slike saker spiller ofte på følelser og fordommer og de kan være vanskelig å avsløre, spesielt siden sakene kan inneholde både sann og usann informasjon.

Motivet bak publiseringen av falske nyheter kan variere, alt fra politiske interesser og spredning av propaganda, til økonomisk vinning og svindel. Ofte er useriøse nettsteder opprinnelsen til falske nyheter, som derfra spres videre til sosiale medier og i noen tilfeller til seriøse nyhetskanaler.

Kritisk medieforståelse er å forstå, evaluere og være kritisk til innhold og uttrykk som presenteres i mediene. Det å praktisere kritisk medieforståelse vil blant annet si å ha et bevisst forhold til at det finnes en avsender bak hvert budskap, og at avsendere kan ha forskjellig motivasjon bak sin formidling.

Det er viktig å huske på at avsender selv kan være feilinformert – noe som innebærer at mottageren selv har et særlig ansvar for å vurdere det han eller hun blir presentert for. Dette er viktig for å avsløre og stoppe spredningen av falske nyheter.

Kilde: «Falske nyheter – kritisk medieforståelse»

kompetanse, og ønsker derfor å bidra til at dette er noe som blir viet tid og oppmerksomhet også i undervisningen, sier Velsand.

Ha et kritisk blikk

Medietilsynet har også noen generelle råd til hvordan barn og unge kan bli mer bevisst på kildekritikk i hverdagen.

– Vi anbefaler for eksempel å bruke flere ulike kilder, spesielt hvis man av en eller annen grunn mistenker at en nyhet eller annen informasjon ikke er sann. Det er også viktig å være bevisst på det ansvaret den enkelte av oss selv har for ikke å bidra til å dele saker som kan være usanne, selv om de er morsomme, sier Velsand.

– Medietilsynet har sammen med Faktisk.no og Utdanningsdirektoratet utarbeidet en veileder om kildekritikk der vi gir noen enkle tips (se neste side, red.anm.) og det gjør

«Det er viktig å være bevisst på det ansvaret den enkelte av oss selv har for ikke å bidra til å dele saker som kan være usanne, selv om de er morsomme»

vi også i videoen «5 tips for kildekritikk» på YouTube.

Velsand trekker også frem foreldres viktige rolle som forbilder.

– Foreldre bør jo gjøre det samme vi anbefaler barna å gjøre; for eksempel sjekke flere kilder og unngå å dele usannheter på sosiale medier. Og så er det viktig å snakke med barna, både om hvorfor kildekritikk er viktig, og helt konkret om hva barna bør gjøre og ikke gjøre. Forel-

drene kan jo for eksempel gå gjennom Medietilsynets veileder sammen med barna, den gir et godt grunnlag for samtale og diskusjon.

Gode ressurser

Medietilsynet trekker også frem Du bestemmer som en nyttig ressurs som har opplegg rettet mot barn i ulike aldersgrupper.

– Nettsiden *dubestemmer.no* har flere læringsopplegg om kildekritikk rettet mot yngre barn. Et eksempel er opplegget «Superetterforskerne», som er beregnet på de aller yngste. Gjennom varierte aktiviteter er målet at barna skal lære seg å finne ut hvem som står bak et innhold og vurdere kildens troverdighet, sier Velsand.

Undervisningsopplegget «Falske nyheter – kritisk medieforståelse» kan lastes ned på *medietilsynet.no* og *dubestemmer.no* ■

f | Faktisk. Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

Tips for å avdekke falske nyheter på nettet.

Vi tar falske nyheter svært alvorlig. Sjekk noen metoder for finne ut om en nyhetssak er ekte.

- 1. Vær skeptisk til overskrifter.**
Falske nyhetssaker har ofte fengende overskrifter med bare store bokstaver og utropstegn. Hvis overskriften har sjokkerende påstander som virker for utrolige til å være sanne, er de sannsynligvis det.
- 2. Se nøye på URL-adressen.**
En forfalsket eller kopiert URL-adresse kan være et faresignal om falske nyheter. Mange nettsteder som produserer falske nyheter, imiterer autentiske nyhetskilder ved å gjøre små endringer i URL-adressen. Du kan gå til nettstedet og sammenligne URL-adressen med etablerte kilder.
- 3. Undersøk kilden.**
Forsikre deg om at nyheten er skrevet av en kilde du stoler på, og som har rykte på seg for å være korrekt. Hvis nyheten kommer fra en ukjent organisasjon, kan du sjekke Om-delen for å finne ut mer.
- 4. Se opp for uvanlig formatering.**
Mange nettsteder som produserer falske nyheter, har stavefeil eller klønete layout. Hvis du ser disse faresignalene, bør du være skeptisk til det du leser.
- 5. Vurder bildene.**
Falske nyheter bruker ofte manipulerede bilder eller videoer. Noen ganger kan bildet være ekte, men tatt ut av sammenhengen. Du kan søke på bildet for å sjekke hvor det kommer fra.
- 6. Kontroller datoene.**
Falske nyheter kan inneholde tidslinjer som ikke gir mening, eller hendelsesdatoer som har blitt endret.
- 7. Sjekk bevisene.**
Sjekk skribentens kilder for å bekrefte at de er korrekte. Hvis nyheten mangler bevis eller setter sin lit til ikke navngitte eksperter, kan det vitne om en falsk nyhet.
- 8. Se på andre rapporter.**
Hvis det er ingen andre nyhetskilder som rapporterer noe om nyheten, kan det tyde på at den er falsk. Hvis nyheten rapporteres av flere kilder du stoler på, er det mer sannsynlig at den er sann.
- 9. Er nyheten en spøk?**
Noen ganger kan det være vanskelig å skille mellom falske nyheter og humor eller satire. Sjekk om kilden er kjent for å lage parodier, og om detaljene og stilen til nyheten tyder på at den bare er ment som en spøk.
- 10. Noen nyheter er falske med vilje.**
Vær kritisk til nyhetene du leser, og del bare nyheter som du vet er troverdige.

Sammen kan vi begrense spredningen av falske nyheter.

Illustrasjon: Medietilsynet/Faktisk.no/Utdanningsdirektoratet

I FRONTLINJEN MOT FALSKE NYHETER

TEKST: KRIS MUNTHE

Sosiale medier gjør at påstander deles i høyt tempo. Samtidig kan det være utfordrende for folk flest å avdekke om de er sanne. Faktisk.no arbeider derfor grundig for å avdekke feilaktige påstander. Her er deres råd.

Faktisk.no ble lansert sommeren 2017 og huser i dag syv medarbeidere. Redaksjonen består av journalister fra flere ulike aviser.

– Vi er en uavhengig redaksjon som jobber med faktasjekk av påstander. Vi tar ikke rollen som fagpersoner eller forskere, men som journalister søker vi i stedet etter dokumentasjon og relevante eksperter som kan forklare det som er eller ikke er faktabasert i en sak, sier Mina Liavik Karlsen, som er faktasjekker og ansvarlig for sosiale medier i Faktisk.no.

Med dagens teknologi og mediebruk er det enkelt å spre påstander, også usanne, på kort tid og til mange personer, sier Karlsen.

– Hvem som helst kan legge ut et innlegg på sosiale medier og skrive mer eller mindre hva de vil så lenge det ikke strider mot norsk lov. Folk som leser disse blir særlig engasjert dersom innleggene omhandler temaer som vekker følelser. At noen

blir sint, trist eller glad kan føre til at påstander spres veldig fort, og det tar mye lenger tid å ettergå sakene enn tiden det tar å skrive dem. Et innlegg som er skrevet på fem minutter kan kreve flere dager med faktasjekk, sier Karlsen.

Lurt av egne fordommer

Tradisjonelle og anerkjente aviser og



Foto: Privat

tv-kanaler har større troverdighet enn privatpersoner og alternative nettsider, skulle man tro. Hvorfor blir man da lurt av tvilsomme innlegg på sosiale medier?

– Man er mer tilbøyelig til å tro på slike påstander når de stemmer overens med det man tror eller mener fra før. Hvis påstandene samsvarer med eget verdensbilde, så kan folk ha mindre lyst til å sjekke ut om det faktisk stemmer. Påstandene bekrefter tanker og ønsker man har fra før, sier Karlsen.

Konsekvensen i det lange løp kan være at man tar valg i livet basert på feilinformasjon, sier Karlsen.

– Dersom slike påstander blir delt videre, enten bevisst eller ubevisst, så kan det påvirke egne handlinger. Det kan påvirke hvilke oppfatninger man har av en gruppe mennesker, politiske partier og så videre.

– Ta et eksempel der en uriktig påstand fører til at du velger en annen skole enn den du ellers ville

ha valgt. Eller om man unnlater å velge et politisk parti basert på uriktige påstander. Eller enda mer konkret; hvis noen setter ut et rykte om en person på skolen, så kan det føre til at man ikke liker den personen basert på det bestemte ryktet. Det vil være veldig uheldig hvis man finner ut at det egentlig ikke stemmer, sier Karlsen.

Får inn mange tips

Faktisk.no mottar jevnlig tips fra publikum på sosiale medier og epost. Det kan komme fra privatpersoner, politikere, organisasjoner eller til og med aviser som oppdager tvilsomme saker.

– Generelle temaer som går igjen er innvandring, kriminalitet, elbil, strøm, miljø, og i det siste, abortdebatten. Henvendelsene varierer avhengig av det som skjer politisk og det som engasjerer folk. Statistikk blir også hyppig misforstått. Noen bruker tall på feil måte, eller så kan samme forskning eller tallmateriale bli brukt til å belyse motstridende

sider i en sak, sier Karlsen.

Faktisk.no er avhengig av at tipserne henviser til konkrete påstander for at de skal kunne gjennomgå dem. Faktasjekkprosessen ser mer eller mindre lik ut i alle saker:

– Først begynner vi med å kontakte den som kommer med påstanden. Vi spør om hva som ligger til grunn for påstanden, altså hvilken dokumentasjon den bygger på. Deretter ser vi om flere kilder kan underbygge det personen påstår. Videre ser vi om det finnes tall eller forskning som viser noe annet. Til slutt kommer vi med en konklusjon som er en redaksjonell vurdering fra vår side, og lar personen som har kommet med påstanden få kommentere konklusjonen, sier Karlsen.

Hvordan barn kan faktasjekke

Et spørsmål man alltid bør stille seg selv, er om det man leser eller ser faktisk kan stemme, sier Karlsen.

– Det er alltid et godt utgangspunkt. Man behøver nødvendigvis ikke å gjøre det i alle tilfeller der noen forteller deg noe, men det er særlig viktig når en beslutning

«I det lange løp kan konsekvensen være at man tar valg i livet basert på feilinformasjon»

skal tas. I tillegg er det lurt å bruke søkemotorer aktivt og vurdere de kildene man finner ved å se hvem som står bak nettsider og innlegg på sosiale medier. Se hva de skriver om seg selv. Har de en agenda? Er det noe de prøver å oppnå ved å skrive og dele påstanden? Hos mange interesseorganisasjoner står det uttrykt hva de jobber for, og de vil ofte publisere saker som underbygger det de jobber for, sier Karlsen.

Det å verifisere informasjon dreier seg også om å skille mellom ulike typer innhold og finne ut hvor troverdig innholdet er, sier Karlsen.

– Er det et blogginnlegg, en reklame, en nyhet, eller en privatperson som har publisert noe i sosiale medier uten å vise til kilder? Er det en meningsytring eller en faktapåstand? Man må skille mellom fakta og meninger. Fakta kan etterprøves, det kan ikke meninger. I tillegg kan man bruke troverdige kilder som infosider, for eksempel fra departementer, fagmyndigheter eller utdanningsinstitusjoner som er til å stole på når man er i tvil, sier Karlsen. ■

KILDESORTERING PÅ NETT

Mer enn noen gang utsettes barn og unge for et enormt fokus på kropp og utseende fra markedskrefter og medier, og mer enn noen gang er kritisk medieforståelse en viktig ferdighet.

KJELLAUG TONHEIM TØNNESEN, FAGLIG LEDER I BARNEVAKTEN



«Vi må hjelpe barn og unge med å sortere budskap, forstå markedskrefter og styrke selvbildet»

Fra tid til annen dukker det opp debatter om influensere og deres ansvar i forhold til påvirkning av sine følgere, som i stor grad er våre barn og unge. Det har vært viktige debatter om etiske retningslinjer, og det er nå på plass strengere retningslinjer for merking av sponset innhold.

YouTube er den plassen hvor de fleste barn og unge kanskje bruker mest tid. YouTube har mye bra, men også mye innhold som handler om utseende. Et raskt søk på «makeup» ga meg kilometervis med sminkevideoer, og i tillegg er det masse reklame. For om lag ett år siden fikk vi YouTube Premium, der vi mot betaling kan slippe reklamen på YouTube, og fra og med januar 2019 må videoer som legges på YouTube merkes med en aldersgrense.

Ikke nok

Sosiale medier har mye reklame, og alle som vil påvirke barn og unge har mange muligheter via influenseres profiler og direkte reklame i sosiale medier. Det er i den sammenheng verdt å merke seg at Redd Barnas ungdomsorganisasjon Press har en årlig gullbarbie-kåring som er en verstingpris til den aktøren som er best på å få barn og unge til å føle seg verst. Snapchat var blant de tre nominerte i 2018.

Ja, det er ekstremt mye fokus på kropp og utseende, men det er også en del viktige grep som gjøres med reguleringer, merkingssystemer, prisutdelinger og muligheter for å velge vekk reklame.

Men dette er ikke nok! Som omsorgspersoner og foreldre må vi hjelpe barn og unge med å sortere kilder og budskap, vi må realitetsorientere dem og forklare industrien og markedskreftene for dem, og mer enn noe annet er det viktig at vi styrker barn og unges selvbilde! Trygge barn er vanskeligere å påvirke.

Alle barn fortjener en god og trygg oppvekst, men ikke alle barn har rammene rundt seg hvor dette er mulig. At barn og unge tenker positivt om seg selv, og at de har et godt og sunt selvbilde, er en avgjørende ballast på nett, der de hele døgnet har utfordrende oppgaver som handler om kildefortelling – både hvem man skal lytte til og hvilke budskap man skal lytte til.

Vær litt ekstra tilstede

Her har vi en jobb å gjøre, både som foreldre overfor egne barn, men også som voksne som kan være litt ekstra tilstede og viktige for de barn og unge som av ulike grunner mangler de trygge rammene og gode forbildene. Det er disse barna som kanskje også mest av alt blir påvirket til «å satse alt på kroppen». Ikke fordi

NOEN OPPSUMMERTE RÅD:

Forbilder

- Som foreldre og voksne bør vi først og fremst selv være gode forbilder. Vi må være bevisst hvordan vi snakker om oss selv og andre foran barna. Ha fokus på helse fremfor utseende, og på trening og kosthold for å være frisk og sunn, og ikke for å bygge kropp eller slanke seg

Snakk med barn og unge

- Hjelp barn og unge til å fokusere mindre på utseende og mer på andre egenskaper, og til å verdsette seg selv og andre i et bredere perspektiv
- Lær barna å være kritiske til medias kroppsideal. Gi dem en virkelighetsorientering og snakk om hvordan industrien virker; at influensere, youtubere og bloggere tjener penger på å påvirke barn og unge, og at de fleste som har noe å selge til dem bruker influensere som liksom snakker fra sitt hjerte og direkte til følgernes hjerter
- Realitetsorienter barn og unge og snakk om retusjering. De trenger å vite at nesten alle bilder og filmer i reklame og i poster til influensere er retusjerte og «lyver» om virkeligheten, og at dette lett skaper uoppnåelige kroppsidealer
- Hjelp barn og unge til å bli både kilde- og budskapskritiske. Om mulig, påvirk dem til å reflektere over hvem de velger å følge, og at vedkommende har «noe bra å melde»
- Følg gjerne de samme bloggere og influensere som barna følger. Det gir mulighet for mange gode og viktige samtaler

de nødvendigvis mener det er en løsning på problemene, men fordi det andre i livet ikke funker og på nettet blir de lovet lykke og gode resultater. De blir lette ofre for markedskreftene, og de blir et produkt av sin tid. Noen av de ender selv opp med å bli influensere som «ser bra ut», tjener masse penger, men som lever i en boble, gir dårlige råd og strever videre under fasaden.

Hemil-senteret ved Universitetet i Bergen fulgte 1000 ungdommer i Hordaland fra de var 13 år til de fylte 30 år. Forskningen viser tydelig at de som hadde gode venne- og familieforhold i oppveksten har jevnt over et bedre kroppsbilde enn de som ikke har slike nære

relasjoner, og det holdt seg stabilt gjennom hele perioden det ble forsket på.

Vennskap, kjærlighet og trygghet er viktige verdier for alle mennesker. Samtidig som at markedskreftene og mediene i mye større grad må ansvarliggjøres og reguleres, så må vi alle jobbe for at de som vokser opp er glad i seg selv og at de klarer å ta smarte valg i jungelen av stemmer som vil påvirke dem.

Anbefalte ressurser: «Confident Me, en skoletime for bedre kroppsbilde og selvfølelse» (6.-9.trinn, kan lastes ned på barnevakten.no) og klokhetomkropp.no ■

– VI TRENGER REFLEKTERTE OG KRITISKE BARN OG UNGE

Nye læreplaner blir innført i skolen høsten 2020. Der blir det lagt mer vekt på kildekritikk.

TEKST: KRIS MUNTHE

«Barn bør lære seg at det ikke er noen garanti for at det de leser på internett er sant»

Mange av oss voksne kan mimre tilbake til en tid der et leksikon, avisa eller Dagsrevyen var hovedkilden til informasjon. Til motsetning har barn og unge i dag tilgang til et nettbrett eller en smarttelefon hvor mange stemmer kjemper om deres oppmerksomhet. Skolen skal også forberede elevene på samfunnet de lever i.

– Det elevene lærer skal være relevant. Samfunnet endrer seg med ny teknologi, ny kunnskap og nye utfordringer. Vi trenger barn og unge



Bjørnstad, seniorrådgiver i stab for kommunikasjon i Utdanningsdirektoratet.

som reflekterer, er kritiske, utforskende og kreative. Kritisk tenkning og refleksjon blir i større grad vektlagt i de nye læreplanene, sier

Skolens læreplan har også en overordnet del. Denne er fornyet og fastsatt av regjeringen og skal tas i bruk fra høsten 2020. Også her vektlegges kritisk tenkning.

– Kort fortalt er overordnet del verdier og prinsipper for opplæringen i grunnskole og videregående skole. Den skal altså gi retning for opplæringen i fag. I overordnet del står det blant annet at «skolen skal bidra til at elevene blir nysgjerrige og stiller spørsmål, utvikler vitenskapelig og kritisk tenkning (...)». Hvordan dette vil komme til uttrykk i læreplanene, blant annet i form av kompetansemål, kan man se når utkastene er klare og legges ut på høring, sier Bjørnstad.

Lærer ikke kildekritikk

Håkon Skurtveit, biblioteksjef i Rygge kommune, mener skolen har en viktig rolle med både å gi barn kunnskap og lære dem å være kritiske til kunnskap.

– Disse oppgavene henger sammen. For å kunne være kritisk må man kunne noe om stoffet fra før av. Det er vanskelig å være kritisk når man ikke har kunnskap nok om det man skal være kritisk til. Lærere bør også tenke kildekritikk inn i alle fag. Jo flere steder man inkluderer kildekritikk som en del av opplegget, jo mer bevisst vil elevene bli. Det må bli en del av deres tankemønster, sier Skurtveit.

Sant eller usant?

Informasjonsflyten ble før kvalitetssikret på en helt annen måte enn i dag. Nå kan hvem som helst publisere det de ønsker på nett.

– Man kan ikke ha den samme tilliten til det som dukker opp på nett som man ellers ville ha gjort. Mange blir lurt, også voksne. Det er bare å ta en titt på sosiale medier og mengden innhold som blir delt videre ukritisk, sier Skurtveit.

Biblioteksjefen sier også at inter-

nett og sosiale medier er utviklet slik at man kan bli eksponert for ensidig informasjon. Da er det lettere å bli lurt.

– Søkealgoritmer i Google gjør for eksempel at man får treff som passer



informasjon, sier **Håkon Skurtveit**.

– Sosiale medier er også designet slik at de gir deg mer av det du allerede liker og de sidene du følger fra før. Det er derfor komplisert å finne motstridende informasjon uten at man aktivt går inn for det. En klimaskeptiker for eksempel, vil som oftest bli eksponert for informasjon som sammenfaller med personens verdensbilde fra før. Internett har

med det man har søkt på tidligere. Google rangerer også treff etter hvor populære de er, men uten at de behøver å være lenket til objektiv og faktabasert

derfor en tendens til å bekrefte fordommer, sier Skurtveit.

Finn flere kilder

Skurtveit har flere råd til lærere som skal bevisstgjøre elevene sine på bruk av kildekritikk. Ofte er prøving og feiling bedre enn at læreren bare står og forklarer.

– Jeg har for eksempel introdusert kildekritisk tenkning etter at elevene har jobbet med et prosjekt. Da har de allerede noe kunnskap på plass om emnet og grunnlag for vurdering. Målet er at de skal være detektiver og selv lære å vurdere informasjonen de skal hente inn. Det kan være å se etter hvem som står som forfatter eller eier av en nettside, ulike typer nettsider og å lete etter motstridende kilder. En god regel er at man bør finne minst tre kilder, sier Skurtveit.

I tillegg er noen kilder mer troverdige enn andre, mener biblioteksjefen.

– Nasjonale oppslagsverk som

Store norske leksikon er vitenskapelig fundert. Ofte er dette fint å bruke som en kontrollkilde dersom elevene har funnet informasjon på andre nettsider. Wikipedia er også mer pålitelig enn det folk flest tror. Det er en myte at man ikke kan stole på det man finner på Wikipedia. Man kan se etter en stjerne ved artiklene. Det betyr at de er grundig gjennomgått av fagpersoner. Offentlige sider fra myndighetene er også en pålitelig kilde og de store mediehusene er som regel til å stole på, selv om man ikke kan se seg blind på at det noen ganger går fort i svingene fra en journalist får en sak til den blir publisert.

– Barn bør lære seg at det ikke er noen garanti for at det de leser på internett er sant. Før man stoler på at informasjonen er sann, bør man ha undersøkt kilden og man bør ha undersøkt flere kilder, avslutter Skurtveit. ■



LÆRER OM RETT OG GALT

TEKST: HEGE KASPERSEN

Digitale medier har fått stadig større plass som læringsverktøy i barnehagene. Kan de ansatte i barnehagen påvirke barns kritiske medieforståelse på en positiv måte?

I 2017 trådte en ny forskrift i kraft om rammeplan for barnehagen. Fra at barnehagene selv kunne velge hvordan de ville vekte det digitale arbeidet, kom ordet «skal» inn, og gjorde at alle barnehager skal ha det som en integrert del av det pedagogiske arbeidet. Uavhengig av om man er for eller imot digital praksis i barnehagen må det nå altså være en del av praksisen til de ansatte. Allikevel er det ulike oppfatninger og meninger om hvor mye man skal vektlegge det digitale arbeidet, og ikke minst ulikt kunnskapsnivå om hvordan man praktisk gjør det.

Demokratiske borgere

Marion Kvellheim er utviklingsrådgiver på kompetansesenteret

for barnehage og skole i Drammen kommune. Hun knytter barnehagens digitale praksis til verdigrunnlaget i samfunnsmandatet.



Foto: Pia Sønstrød/Sønstrødfotografene

– Når vi skal bidra til å utvikle demokratiske borgere kommer vi ikke utenom at barnehagene må ta inn over seg samfunnsutviklingen i forhold til digitale medier. Dette er et stort område både som informasjonskanal, samarbeidsverktøy og kreative verktøy, hevder Kvellheim.

Hun trekker frem at det handler om et holdnings- og kompetansearbeid blant de ansatte i barnehagen, og sier videre:

– Barna er digitalt innfødte, og vi voksne er digitale immigranter. Vi må søke å forstå den verden de vokser opp i.

Gryende etisk forståelse

I barnehagene skal man jobbe for å gi barna en gryende etisk forståelse

RAMMEPLANEN I BARNEHAGEN

Noe av det som står i rammeplanen er at personalet i barnehagen skal:

- Utøve digital dømmekraft når det gjelder informasjonssøk, ha et bevisst forhold til opphavsrett og kildekritikk og ivareta barnas personvern
- Legge til rette for at barn utforsker, leker, lærer og selv skaper noe gjennom digitale uttrykksformer
- Vurdere relevans og egnethet og delta i barnas mediebruk
- Utforske kreativ og skapende bruk av digitale verktøy sammen med barna

I tillegg skal de ansatte utøve digital dømmekraft og bidra til at barna utvikler en begynnende etisk forståelse knyttet til digitale medier.

Mer informasjon om rammeplanen i barnehagen finner du hos Utdanningsdirektoratet (udir.no)

i møte med digitale medier.

– For meg er det enkelt, det handler om å gi barna en forståelse av hva som er rett og galt. Og knytter man det til digitale medier handler det jo blant annet om en gryende forståelse om kildekritikk. Det å opparbeide seg en kritisk holdning til informasjon man blir utsatt for. Ungene må rett og slett lære seg å stille spørsmål ved sannheter, mener Kvellheim.

«Fake news»

Det er ikke bare barn som trenger å trene på kildekritikk og opphavsrett. Flere hevder at falske nyheter har blitt en trussel mot demokratiet vårt. Kvellheim hevder at de voksne i barnehagen må trene seg sammen med barna til å være kritiske til informasjonen de finner på nett.

– Sammen må man trene på å finne informasjon fra flere kilder, og stille kritiske spørsmål til informasjonen man finner.

– Man må gjerne bruke internett i barnehagen, men det må brukes på en klok måte, sier Kvellheim.

– Det å bruke internett som en ressurs, men ikke som en sannsiger. Det er en ressurs for å hente inn mange perspektiver. Så må man selv plukke ut hva som er sant og hva som gir mening.

Modellering

– Rollemodell-læring er den beste læringen i barnehagen. Når man gjør det, og står frem som en god rollemodell, øker man bevisstheten hos seg selv og barna. Da gjør man det beste man kan, og man kan kanskje ikke få gjort noe mer, sier Kvellheim.

Hun trekker også frem foreldres bevissthet.

– Foreldre må jo selv være gode rollemodeller. De må være påkobla barns mediebruk.

Videre trekker Kvellheim frem barnehagen som en arena hvor man sitter på kompetanse ikke alle forel-

dre har. Her har man mulighet til å jobbe med noe systematisk over tid.

– Mange barn får smarttelefon i første klasse, og da kan de ha med seg noen etiske rettesnor fra barnehagen, slik at de er mer rusta for å takle medielivet sitt, sier hun, før hun fortsetter:

– Det er jo ikke noen rett alder å starte med opplæring på dette, men trendene viser jo at de får tilgang på den store verden veldig tidlig, og da må vi ruste de like tidlig. Da er det kanskje de pedagogiske institusjonene sitt ansvarsområde.

Til slutt trekker Kvellheim frem dubestemmer.no og IKT-plan som gode ressurser for barnehageansatte.

– På IKT-plan ligger det blant annet ferdige kompetansepakker man kan bruke rett inn i arbeidet med barna i barnehagen. Dubestemmer har gode filmer som kan brukes for å bevisstgjøre både barna, ansatte og foreldrene. ■

– UNGDOM TRENGER OPPLÆRING I NAVIGERING PÅ NETT

TEKST: RUNE H. RASMUSSEN

Forskning viser at ungdom sliter med å vurdere informasjon på nett, spesielt i faktabaserte tekster

«Det har skjedd et skifte i hva det betyr å være skriftkyndig i dagens samfunn»

– Det er en utrolig stor variasjon i hvordan ungdom mestrer navigering på nett og vurdering av kilder, men det er tydelig at dette er en kompetanse som barn og unge trenger opplæring i, sier forsker Tove Stjern Frønes, forsker ved Institutt for lærerutdanning og skoleforskning ved Universitetet i Oslo.

Frønes står bak doktoravhandlingen «Å lese og navigere på nettet», som er en studie av elevers navigasjonsstrategier på nett. Denne er basert på en prøve i nettlæsning i den landsdekkende PISA-undersøkelsen, der 15-årige elevers navigasjonsstier på simulerte nettsteder ble loggført. Frønes undersøkte 666 elevers stier nærmere og så etter hvilke strategier elevene brukte.

Egen kompetanse

– Nettlæsning er ikke det samme som i en bok. I en bok setter forfatteren premissene, og vi følger den stien av tanker og ideer som blir presentert for oss gjennom boken, sier Frønes.

– På nettet derimot, der må vi som lesere konstruere vår egen tekst. Vi gjør søk, følger lenker og

prøver ulike strategier for å finne det vi leter etter. Underveis møter vi overskrifter, bilder og videoer, gjerne i mange åpne faner, og vi må tolke tegn på troverdighet og pålitelighet.

Forskeren forteller at alt dette skjer gjennom bevisste og ubevisste prosedyrer, som sammen med tekstens form og innhold styrer oss mot en konklusjon. Men om vurderingen er riktig, det er et annet spørsmål.

I undersøkelsen ble 15-åringene sendt inn på simulerte nettsteder av ulike typer for å løse konkrete

oppgaver, og Frønes kunne så undersøke hvordan elevene klikket seg fra side til side, og se dette opp mot svarene på oppgaven.

– Når elevene ble sendt inn på et simulert sosialt medium der et innlegg hadde skrivefeil og en aktør prøvde å selge et produkt, da avslørte de fleste det med en gang. Men når de søkte etter faktainformasjon og møtte på tekster som lå på grensen mellom fag og populærvitenskap, da klarte de i vesentlig mindre grad å vurdere i hvilken grad teksten var sannferdig eller ikke. Og enda viktigere; elevene klarte ikke å begrunne hvorfor.

Ulike typer navigatører

I studien ble elevenes strategier i møte med tekster og oppgaver undersøkt. For å formidle den rike variasjonen i elevatferd opprettet Frønes tre analytiske kategorier for å skille mellom elevenes ulike strategier for navigering på nett.

– De målrettede navigatørene finner viktig informasjon raskt og effektiv. De kontrollsjekker og kan bruke flere strategier for å nå målet.



Foto: Shane Colvin/UIO

SLIK BLIR DU FLINK TIL Å NAVIGERE PÅ NETT:

Finne frem: Velg riktig strategi for å finne informasjonen du trenger.

- Søkord: Hvilke søkeord beskriver best informasjonen jeg leter etter? Nøyaktighet og nyanser i valg av søkefraser er avgjørende
- Vurder trefflisten. Det er ikke sikkert de øverste treffene er de mest relevante og troverdige
- Gjør flere lignende søk og sammenlign resultatene

Kontrollere: Sjekk at du er på riktig spor.

- Hva vil teksten med meg? Vil den informere meg, eller er det kanskje reklame?
- Hvem har skrevet teksten? Er avsenderen troverdig og pålitelig?
- Egner teksten seg for meg? En akademisk tekst har mye viktig informasjon, men er ikke nødvendigvis den beste kilden for barn og unge

Reparere: Hvis du havner på villspor er det viktig å ta ett skritt tilbake.

- Hvor startet jeg?
- Hvilke søkeord ga meg gode resultater?
- Hvordan kommer jeg meg tilbake?

Kilde: Tove Stjern Frønes

Ivrigte navigatører er på sin side både utforskende og utholdende, og finner frem til den viktige informasjonen, men de tar mange omveier. De blir også lett avsporet og kan bli forført av morsomt innhold.

– Passive navigatører derimot, finner sjelden frem til viktig informasjon, noen forlater aldri start-siden, og de har dårlige strategier for å kontrollere informasjonen, sier forskeren.

– Det er flest målrettede navigatører blant de sterkeste leserne, og flest passive blant de svakeste, men mer overraskende er det at blant de ivrige navigatørene finner man elever på alle ferdighetsnivåer.

Viktig kompetanse

Frønes etterlyser mer fokus på kildevurdering i skolen, men hun oppfor-

drer også foreldre til å bevisstgjøre barna på hvordan man kan etablere gode strategier for å finne og vurdere relevant informasjon på nett.

– Mitt inntrykk er at denne kompetansen må tas mer på alvor. Ungdom har god kunnskap om generelt nettvett; de vet at de ikke skal mobbe eller legge ut bilder ukritisk på nett. Dette betyr ikke at de aldri gjør det, men undersøkelser viser at kunnskapsnivået er ganske høyt. Men når det gjelder å vurdere faglige kilder på nett, så ser vi at de ofte tar feil.

Hennes råd er å sette seg ned sammen med barna og snakke sammen om prosessen.

– Dersom dere for eksempel skal finne ut hvilken hundrase som passer fint som familiehund, så kan man reflektere litt rundt hvor det er lurt

å starte og hvilke søkeord man skal bruke. Dersom man søker på «hunderaser», så får man masse treff, men det er ikke sikkert man får like relevante svar som om man søker etter «familiehunder», sier Frønes.

– Poenget er å bevisstgjøre barna på å stille seg på utsiden av teksten og reflektere over relevansen og troverdigheten til informasjonen. Samtidig er informasjonssøk en seriøs aktivitet på nett, og statistikk viser at unge som bruker nettet til å finne fakta og løse praktiske oppgaver i hverdagen, som å bestille billetter, bruke kart og lignende, virker positivt på utviklingen av den digitale lesekompetansen. Og dette er en kompetanse som er helt avgjørende for både utdanning og yrkesliv i dagens samfunn, avslutter Frønes. ■



«Jeg tror det er viktig å ikke sluke alt man ser på nett, og jeg tror det er viktig å finne profiler å følge som faktisk gir noe positivt»

Selv om Martine Halvorsen har over 70 000 følgere på sosiale medier, er det fortsatt viktig for henne å være ærlig og troverdig i møte med hver enkelt person hun når ut til. Hennes beste råd til barn og unge er å følge profiler som formidler gode holdninger og verdier.



Foto: Privat

KNYTTER BÅND MED TUSENVIS PÅ INSTAGRAM

TEKST: KRIS MUNTHE

«Jeg tror på åpenhet og kommunikasjon, selv om ting foregår på nett»

Født og oppvokst på Nesodden og nå 21 år gammel, har Martine Halvorsen fått en popularitet som strekker seg langt utover kommunens grenser. Allikevel foretrekker «influenseren» å se på seg selv som ganske alminnelig til tross for at hun har en type jobb som folk flest ikke har.

– Jeg trives best hjemme i sofa-kroken og tar meg selv veldig lite høytidelig! Som elleveåring bestemte jeg meg egentlig for å bli profesjonell fotballspiller. I årene som fulgte satset jeg hundre prosent på fotball. Da jeg ble skadet for tre år siden, måtte jeg legge drømmen på hylla og det var sånn min blogg ble til. Jeg hadde mye på hjertet, trengte å fylle tomrommet etter at fotballen forsvant og ville ha en plattform til å kunne uttrykke meg på.

Verdifulle erfaringer

– Nå i dag kan jeg endelig spille fotball igjen, og jeg spiller kun fordi det er skikkelig gøy. Samtidig lever jeg av å være en såkalt influencer, men jeg elsker å ha den frisonen som

fotballen gir meg, sier Martine.

Med noen år på baken som influencer har Martine fått noen verdifulle erfaringer som hun har tatt til seg.

– I mine kanaler prøver jeg å ha et fokus på det normale. Ved å være jordnær og ærlig ønsker jeg å vise frem sider av livet ufiltrert og genuint. Jeg skriver om dagsaktuelle temaer, ting jeg mener vi burde snakke

«Ved å være jordnær og ærlig ønsker jeg å vise frem sider av livet ufiltrert og genuint»

om, og jeg forsøker å ha et glimt i øyet. Jeg vurderer nok mer nå enn når jeg startet. Det begynner å gå opp for meg at jeg faktisk har mange øyne på meg, selv om det fortsatt er nokså uvirkelig at folk ønsker å følge med på meg! Jeg har erfart at det kan være skikkelig tøft å være ute på nettet, og det gjør at jeg oftere vurderer hvilke kamper det er verdt

å ta og ikke, sier Martine.

Martine Halvorsen er også forfatter av boken «Sykt normal», aktiv kronikkforfatter og har vært deltaker i «Sykt perfekt» på TV 2.

Følg de med gode verdier

Martines råd til barn og unge som følger influensere og bloggere på sosiale medier, er å være kritiske til hvem de ser opp til.

– Jeg tror det er viktig å ikke sluke alt man ser på nett, og jeg tror det er viktig å finne profiler å følge som faktisk gir noe positivt og som står for gode verdier. Det finnes en haug av gode profiler å følge. Jeg tror også det er viktig å være konstruktiv og ikke ta alt for god fisk. Selv er jeg ekstremt opptatt av at reklamen jeg har er troverdig, og flere og flere profiler blir opptatt av det, men det er også mange som ikke bryr seg om dette. Jeg vil mye heller at mine følgere skal ønske å bli venn med meg og at de kan kjenne seg igjen i meg, enn at de skal se på meg som uoppnåelig og ønske å være som meg! Jeg har bestemt meg for at jeg aldri skal



«Noen av bloggerne spiller på at de skal være ekte og ærlige og opplevelsen blir kanskje slik utad, men uten at man egentlig har forutsetning for å vite at det stemmer i virkeligheten»

reklamere for noe som oppfordrer noen til å forandre på egen kropp eller utseende, sier Martine.

For å være troverdig i møte med sitt publikum, tar Martine flere grep.

– Jeg har stor tro på å være seg selv, ha is i magen og finne sin greie. Jeg tror på åpenhet og kommunikasjon, selv om ting foregår på nett. Jeg har en veldig fin dialog med mange av mine følgere, noe jeg setter stor pris på, sier Martine.

Stor påvirkningskraft

I Medietilsynets undersøkelser om barns medievaner er det bloggere som topper visninger på YouTube blant jenter mellom ni og 18 år. Hos guttene er det strømming av dataspill som står høyest.

– Bloggere har stor påvirkningskraft, noe som også ligger i begrepet man bruker om dem, sier **Elise Landa**, som til daglig jobber som foredragsholder og rådgiver for digitale medier for Færd kommunikasjon AS, og er ansvarlig for nettkurset «Trygge Digitale foreldre».

– En influenser betyr å være en som påvirker, og det er en egen kraft i det å være et menneske som formidler noe til et annet menneske. Tradisjonelle aviser og reklame vil aldri kunne slå denne påvirkningskraften. Barn og unge får tillit til disse personene og kanskje litt for

«Få barna selv til å reflektere, og spør hva de tenker om det»

raskt. Etisk vurdert så er det ikke alle i bloggemiljøet som fortjener denne type tillit og med muligheten til å påvirke som følger med.

Barn ville aldri ha stolt på fremmede som de møter på gaten, men på internett er det altså annerledes?

Hvorfor får influensere og bloggere så lett tilliten til barn og ungdom?

– De møter en person som vil formidle et budskap og så blir det en slags relasjon mellom meg og deg. De skaper tillit. Noen av bloggerne



Foto: Færd

spiller på at de skal være ekte og ærlige, og opplevelsen blir kanskje slik utad, men uten at man egentlig har forutsetning for å vite at det stemmer i virkeligheten. De tar kanskje seeren bak sceneteppet og formidler noe som har vært vanskelig for dem. Det virker troverdig og de vet hva de skal si og trykke på for å engasjere. Akkurat det har mye større gjennomslagskraft enn dersom det hadde vært en stor bedrift eller en firmalogo, sier Landa.

Virkelighetsorienter barna

Selv om barna ser opp til ikonene sine på sosiale medier, så må foreldre lære dem å vurdere hvem og hva som er troverdig.

– Stikkordet er kildekritikk. Det handler om at barn skal lære seg kritisk å vurdere ulike budskap uavhengig av om det er på en nettside, YouTube, sosiale medier eller fra en person. Vurder kilden, bakgrunnsinformasjonen og artikkelen. Finnes det flere kilder som underbygger temaet? Bruk nettsøk for å finne ut om troverdige kilder sier det samme, sier Landa.

I tillegg må barn bevisstgjøres på at mange bloggere lever med dette på profesjonell basis og får betalt for det de publiserer.

– Snakk med barna om at influensere kan være betalt for å snakke

om et produkt. Dersom en blogger sier at kjole eller et sminkeprodukt er helt fantastisk, så kan det hende at de er sponset enten betalt i penger eller ved å bli tilsendt produkter gratis. Få barna selv til å reflektere og spør hva de tenker om det. Dette klarer de ikke å lære på egenhånd og til og med mange voksne blir lurt av fenomenet. Men det er altså i flere tilfeller snakk om levende reklame, sier Landa.

Det betyr ikke at foreldre skal gå frem ved å forby barna fra å følge favorittikonene sine på sosiale medier, mener Landa.

– Men man kan allikevel snakke med barnet om at den personen har et samarbeid med noen i en bransje, og at det er en type jobb som han eller hun lever av. Så kan man skille på hva de gjør. Den youtuberen kan fortsatt være utrolig god i spill og det kan ha en verdi i seg selv, sier Landa.

Har bloggere fritt spillerom?

Tv-stasjoner og nettaviser har strenge regler for hva de kan gjøre når de publiserer innhold. Med bloggerne derimot blir skillet mellom privatperson og kommersiell aktør mer grenseoverskridende. Er det da fritt frem at de kan gjøre som de vil?

– Vi har heldigvis beveget oss fra en tid der det var mer fri flyt til i dag der flere regler er på plass. I 2016

ble Sunn fornuft-plakaten lansert, den inneholder etiske retningslinjer mot kroppspress og i dag blir også manglende merking av reklame slått hardt ned på. Men vi som foreldre må samtidig lære barna hva disse tingene betyr. Når det står «#reklame» på Instastories, hva betyr egentlig det? For at barn skal forstå og

«Det handler om at barn skal lære seg kritisk å vurdere ulike budskap uavhengig av om det er på en nettside, YouTube, sosiale medier eller fra en person»

manøvrere denne arenaen så trenger de tydelige rollemodeller som kan forklare hva disse tingene betyr. I tillegg må vi lære dem å finne gode influensere som har positive holdninger. Det betyr at vi voksne har en jobb å sette oss inn i alt dette. For hvis du ikke vet hvilke influensere datteren din på tolv år følger, så har du en utfordring, sier Landa.

Råd til fremtidige bloggere

Landa har også noen råd til barn og

unge som selv ønsker å starte egen blogg.

– Husk at det du gjør kan påvirke andre. Da bør du passe på å formidle sunne og gode holdninger i det du gjør. Tenk også over eksponeringen og at potensielt mange kan lese det du skriver. Jo mer enn blogg vokser, jo større er også muligheten for at man kan bli tilbudt samarbeid med kommersielle aktører. Hva ønsker de å oppnå gjennom deg? Dersom noen spør om du kan legge ut eller omtale et produkt for dem, hvorfor gjør de det? Bare for å være snille? Selv om det ikke er betalt, men kun ved at man får et produkt tilsendt, så er det også et innledende samarbeid, sier Landa.

Martine Halvorsen har også noen gode råd som gjelder både foreldre og barn og unge.

– Jeg tror at det generelt er viktig at barn og unge vet hva det innebærer å være på nett. Jeg tror det er viktig at de vet hvordan man oppfører seg, at de lærer å tenke gjennom hva som er lurt å legge ut og ikke, og at de også gjør andre ting enn å henge på nett! Samtidig tror jeg at det er viktig at foreldre holder seg så godt oppdatert som mulig og at de signaliserer at barna kan snakke med de om det skulle være noe, sier Martine. ■

STRENGE KRAV TIL NORSK PRESSE

TEKST: KRIS MUNTHE

Det er ikke fritt frem for norske medier å trykke saker som de selv ønsker. Pressen har etiske retningslinjer som er beskrevet i Vær varsom-plakaten. Der defineres pressens rolle, ansvar og hvilke publiseringsregler som må følges.

PFU er et klageorgan under Norsk presseforbund som håndterer klager mot pressen i presseetiske spørsmål. Bare i fjor mottok PFU nærmere 500 klager på alt fra aviser til tv-stasjoner.

– På toppen av statistikken over klagene er det særlig to punkter i Vær varsom-plakaten som går igjen, sier Elin Floberghagen, Generalsekretær i Norsk Presseforbund.

– Disse dreier seg om evnen til å dokumentere fakta i saker, samt retten til å forsvare seg dersom man er blitt utsatt for kritikk. I en sak der den ene parten får kritikk så har de en rett til å uttale seg i samme artikkel eller program som kritikken formidles. Disse to klageformene ligger høyt oppe på både statistikken over klager vi mottar og i tilfeller der de fører til felling.

PFU mottok flere klager enn året før, men ikke alle klagene førte frem til sanksjoner fra klageorganet. 151 klager fikk forenklet behandling der PFU mente at det ikke dreide seg

om brudd på god presseskikk. 158 klager ble også avvist.

Gir rammer for norsk presse

Både ytringsfrihet og pressefrihet er nedfelt i norsk lov, og gir både privatpersoner og tradisjonelle medier stort rom innenfor lovverket for hva man kan ytre. Nettopp derfor er det viktig å ha på plass et rammeverk for hva man kan publisere



Foto: Thomas Brun, NTB produksjon

offentlig, forklarer Floberghagen.

– Det er forskjell på hva man har lov til og hva som er etisk riktig å publisere. Vær varsom-plakaten har derfor en rekke regler som påser at mediene tar hensyn til sårbare parter. Det kan være barn, noen som blir utsatt for kritikk, eller andre sårbare personer. Før noe publiseres skal det være faktasjekket og de som blir utsatt for kritikk skal få muligheten til å forsvare seg.

– Vær varsom-plakaten er på den måten der for å hjelpe redaksjonen til å unngå å påføre andre skade. Man må tenke seg om før noe publiseres. Som det står i plakaten; ord og bilder er mektige våpen. Misbruk dem ikke, sier Floberghagen.

Omtrent alle journalistiske, redaktørstyrte medier følger Vær varsom-plakaten, sier Floberghagen. Det gjelder både papiraviser, nettaviser, magasiner, tv og radio.

– Det er bare noen få som ikke har villet forplikte seg til plakaten. For eksempel dersom noen ønsker å



Vær Varsom-plakaten ble første gang vedtatt av Norsk Presseforbund i 1936, og har siden den gang definert de etiske normene for norsk presse, alt fra trykt presse og radio, til tv og nettpublikasjoner.

drive med alternativ journalistikk.

– Med dagens nettbruk finner man også bloggere på sosiale medier og andre aktører. Disse følger ikke nødvendigvis Vær varsom-plakaten, men må fortsatt forholde seg til norsk lov, regler for skjult reklame, og så videre. Da finnes det andre klageinstanser som gjelder for dem. Dette stiller større krav til at barn og unge er kildekritiske dersom de er på disse plattformene. De bør spørre seg selv hvor innholdet til bloggerne kommer fra, og om man alltid kan stole på det som blir sagt, sier Floberghagen.

Retningslinjer for kildebruk

I Vær varsom-plakaten er det også definert egne retningslinjer for bruk av kilder.

– I punkt 3.2 står det at mediene skal være kritisk til valg av kilder. Man må kontrollere at opplysninger som er gitt faktisk er korrekte. I tillegg skal man forsøke å ha et bredt utvalg av kilder. Det er også varseltegn om å bruke anonyme kilder,

kilder som tilbyr eksklusivitet eller som ønsker betaling. Kilder skal som hovedregel identifiseres slik at man vet hvem som har sagt noe i en sak, men det er også rom for anonyme kilder i spesielle tilfeller, sier Floberghagen.

Det er også strenge retningslinjer for bruk av reklame i Vær varsom-plakaten. Blant annet står det at «skjult reklame er uforenlig med god presseskikk». Dersom redaksjonelt stoff er sponset skal dette komme tydelig frem, og «sponsing eller produktplassering i nyhets- og aktualitetsjournalistikk eller journalistikk rettet mot barn, er uforenlig med god presseskikk.»

Hvem kan klage?

Å klage til PFU kan gjøres via klageskjema på nettsiden (*presse.no, red. anm.*), gjennom epost eller vanlig post. Og PFU sine avgjørelser blir i praksis fulgt opp, sier Floberghagen.

– Dersom det konkluderes med at en avis har brutt god presseskikk, så

må de publisere hele uttalelsen fra PFU. Dette for å synliggjøre at de har opptredt uetisk. Dette er et lite ønsket utfall og mediene ønsker å unngå å havne i en slik situasjon. Men når skaden har skjedd følges det opp. Sanksjonen er nettopp bindende fordi medlemmer av norsk presse har forpliktet seg til å følge systemet. Det er en selvdømmeordning som de selv er med på å finansiere, enten direkte eller indirekte, og jeg har ikke opplevd at noen har unnlatt å publisere en fellende uttalelse fra PFU, sier Floberghagen.

Når det gjelder hvem som kan klage til PFU så må flere vilkår være oppfylt, forteller Floberghagen.

– Man kan klage hvis man selv mener at man er omtalt på en måte som er uetisk. Eller så kan man klage på vegne av andre, men må da ha samtykke fra dem. Når det gjelder omtale av barn kan hvem som helst klage uten å ha samtykke fra dem, avslutter Floberghagen. ■

KAN BARNA STOLE PÅ WIKIPEDIA?

TEKST: SJUR JANSEN

Tidligere hadde Wikipedia lav status blant for eksempel lærere. I dag er Wikipedia ofte førstevalget i søkemotorer og er mye brukt.

Det er 30 millioner mennesker som redigerer Wikipedia, 130 000 av dem har redigert den siste måneden

Wikipedia kommer godt ut i mange undersøkelser. Det har også blitt skrevet flere masteroppgaver om kvaliteten til Wikipedia og konklusjonen er at Wikipedia er like bra som andre leksika.

Bevisste skrøner

Noe som skiller Wikipedia fra leksika styrt av fagfolk og redaksjoner, er at det nå og da dukker opp bevisst sprøyt. I flere år hadde Wikipedia en artikkel om Saint Elizabeth College, der det stod at skolen hadde 3500 elever, 116 års historie og at den holdt til i Ohio. Men skolen finnes ikke. En annen skole med lignende navn finnes: College of Saint Elizabeth. Den ligger i New Jersey og har nesten 2000 elever.

En fransk Wikipedia-artikkel fortalte om «Léon-Robert de L'Astran» som for flere hundre år siden var i mot slaveri. En fransk politiker og

presidentkandidat leste artikkelen og begynte å rose Léon-Robert offentlig. Problemet var at Léon-Robert var en fiksjon.

Sjekk kildene

Når barna slår opp emneord som er mye brukt, er de trygge på at informasjonen er god, for der har mange bidragsyttere vært inne og sjekket. Men det kan altså hende at barna ramler over et emneord som bare er et påfunn.

Et tips til barna er å sjekke om Wikipedia-artikkelen varsler at det mangler kilde, da står det «trenger referanse» med opphøyd tekst ved den aktuelle påstanden.

Nå er det ikke slik at bare fordi det oppgis en kilde til påstanden, så er alt vel. For kilden kan være svak. Men når det står «trenger referanse», da er det ingen kilde i det hele tatt. Det er frivillige moderatorer som

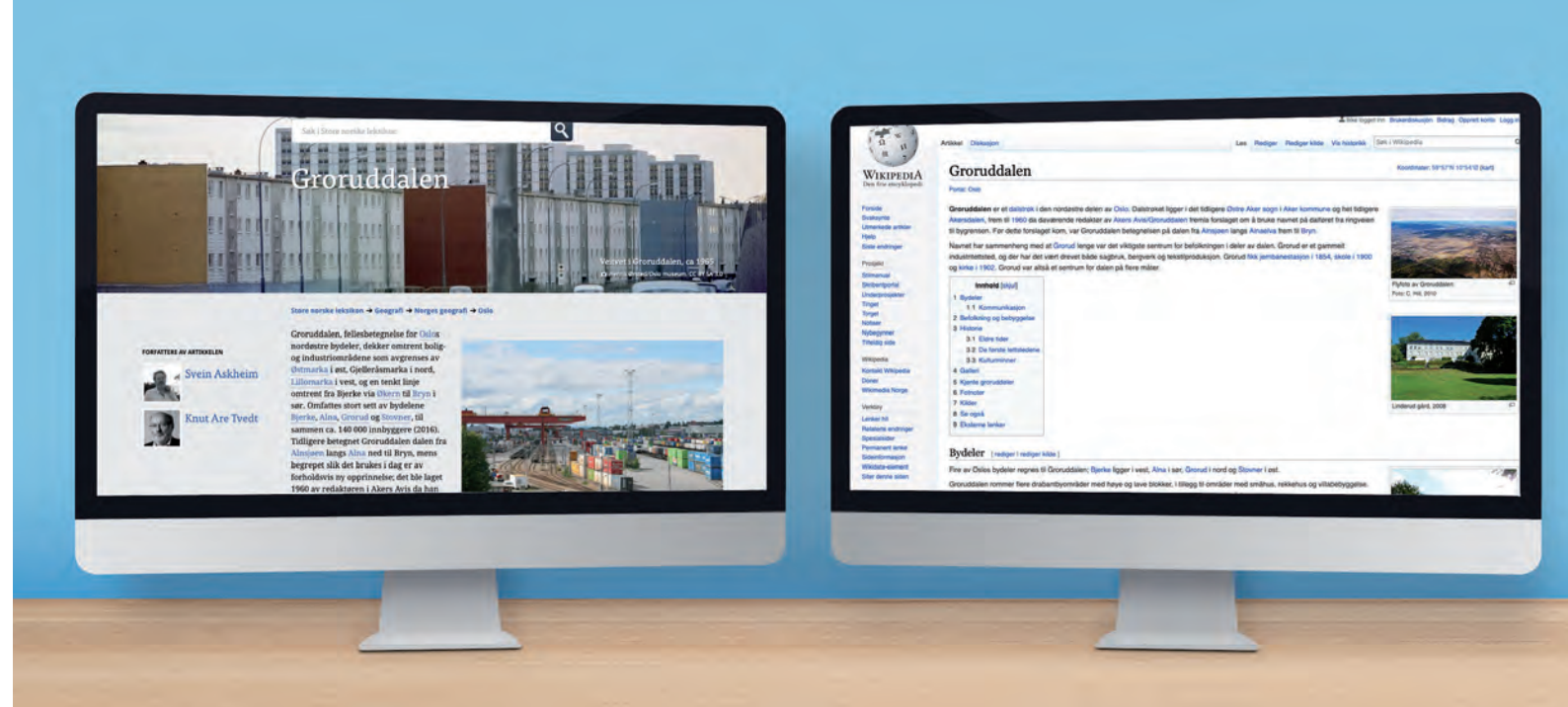
legger inn slike beskjeder når det opplagt bør nevnes en kilde.

Man kan ikke kreve for mye av de yngre barna, men de kan for eksempel oppfordres til alltid å sjekke to leksika. De eldre barna kan oppfordres til også å klikke på kildelenkene og vurdere så godt de kan om kildene ser gode ut.

Men som regel oppgis det ikke kilder i leksika. Det står for eksempel om et geografisk område at bondegårdene lå øde der for noen hundre år siden. Men hva er kilden til en slik opplysning?

Styrken er også svakheten

Store Norske Leksikon (SNL) har 200 000 artikler. Wikipedia har over 500 000 artikler på norsk og fem millioner artikler på engelsk, noe som er bra for leserne, men som samtidig er utfordrende å holde oppdatert.



Leksika er ikke helt nøytrale. Bilder, ordvalg, rekkefølge og utvalg av fakta påvirker hvilket inntrykk leseren får. I SNL er Groruddalen i Oslo illustrert med et bilde fra 1960-tallet (*venstre*). Bildet viser ikke en grønn flekk og har et utsnitt som skaper en trang følelse og bygningene ser massive ut. Wikipedia viser derimot bilder der dalen ser frodig ut (*høyre*).

Det er mange emner som SNL ikke omtaler. Søker barna etter sin egen skole i SNL, vil de fleste ikke finne noe. Wikipedia har derimot omtale av mange skoler. Det er en styrke, men også en svakhet, for artiklene er ikke alltid helt riktige.

Slår du opp for eksempel Haugenstua skole i Oslo, sier første setning at skolen ble bygget i 1972. Det er feil, for den skolen er revet og en ny skole ble bygget i 2016. Men det er mye annet som er riktig, for eksempel navnet på rektoren. (*Barnevakten besøkte denne Wikipedia-artikkelen 15. februar 2019.*)

Et tips er at foreldre og lærere kan forsøke å forklare hvilke emneord som er mer usikre enn andre. Når barna slår opp statsministere, store byer, kjente fotballspillere, og lignende som har mange lesere, kan de være trygge på at informasjonen er god. Slår de opp emneord som gjelder lokale forhold eller noe annet som det ikke er så mange som bryr seg om, da bør de være noe mer skeptiske.

Wikipedia-krig

Det er 30 millioner mennesker som redigerer Wikipedia, 130 000 av dem har redigert den siste måneden. Når

mange legger inn opplysninger eller stryker hva andre har skrevet, blir informasjonen til slutt som regel bra.

Noen ganger er det krig mellom to grupper som stryker hverandres setninger, noen ganger med minutters mellomrom. Artikkelen endres frem og tilbake hele tiden fordi man er uenige om hvordan for eksempel en politisk eller religiøs bevegelse skal omtales. Da trer gjerne noen av Wikipedias frivillige moderatorer inn og låser artikkelen.

Selv om det er en styrke at mange bidrar til en artikkel, er det en svakhet at ingen må stå frem med navn. Leksikonet SNL viser derimot bilde og navn av den som er ansvarlig for artikkelen, det skjerper kvaliteten fordi ingen ønsker at sitt eget navn skal kunne kobles til feil og unøyaktigheter.

Smale temaer er vanskelig

Ved smale temaer kan det i Wikipedia være kanskje bare én bidragsyter, og denne kan ha spesielle synspunkter som farger omtalen.

På den annen side: Ved smale temaer kan det finnes amatører som vet mye mer enn fagfolk, det kan gjelde ved for eksempel lokalhistorie eller indre forhold i organisasjoner.

Da kan Wikipedia i teorien være mye bedre enn tradisjonelle leksika som skriver overfladisk.

Lengden på artiklene

Wikipedia har ofte lengre tekster enn for eksempel Store Norske Leksikon (SNL). Men man kan diskutere hva som egentlig er hensikten med et leksikon. Er hensikten å få et raskt overblikk over et tema, da bør artiklene ikke være for lange. Ønsker man derimot å sette seg grundigere inn i et tema, er det en fordel med lange artikler.

Ulik vinkling eller oppbygning

Oppbygningen og vinklingen kan være ulik i de to leksikonene. I SNL knyttes ordet biskop allerede i den andre setningen til Den norske kirke. SNL har også lange lister med norske biskoper. Wikipedia forteller om Den norske kirke helt til slutt i sin biskop-artikkel. Med andre ord legger SNL mer vekt på norske forhold enn hva Wikipedia gjør i akkurat dette eksempelet.

Et tips til barna er å fortelle at selv om en artikkel kun gjengir fakta, kan utvalget og rekkefølgen av fakta farge artikkelen. ■

KVALITETSSIKRER NYHETER FOR BARN

TEKST: KRIS MUNTHE

I en tid med så mye informasjon tilgjengelig på nett, er kvalitetssikret nyhetsformidling viktigere enn noen gang, forteller redaksjonsleder Frank Sivertsen i Supernytt.

«Supernytt sitt arbeid med å tilpasse innhold til barn er viktigere enn noen gang»

Supernytt har barn mellom åtte og tolv år som målgruppe. Frank Sivertsen, som er redaksjonsleder i Supernytt, regner med at nærmere hundre tusen barn ser på Supernytt daglig.

– Målet vårt er å lage nyheter som oppleves som relevante for barn. I motsetning til nyhetskanaler for voksne, tar vi utgangspunkt i at seerne ikke kan så mye om saken fra før. Det betyr at hendelsesforløpet blir forklart helt fra starten av og med en form og et språk som barn kan forstå, sier Sivertsen.

Supernytt har også egne kanaler på populære sosiale medier som mange barn er på. Både Instagram og Tik Tok trekker følgere til Supernytt. Allikevel ønsker Sivertsen at nyhetssendingene skal være den viktigste formidlingskanalen for å nå barna.

Forsøker å være riktig og nyansert

Det gjøres flere grep i Supernytt-redaksjonen for at nyhetene skal være basert på sann informasjon og at enkeltmeninger ikke får styre sendingene i for stor grad.

– Her jobber vi stort sett som alle andre journalister gjør med å sørge for bredde i kildegrunnlaget i researchen. Forskjellen fra mer tradisjonelle nyhetsmedier, som velger å la begge parter komme til orde, er at vi ofte velger å la programleder forklare en tematikke for seeren.

Da forsøker vi å faktasjekke før forklaringen kommer ved å bruke objektive metoder slik at det vi sier er riktig, sier Sivertsen.

Barn liker ofte å se andre barn snakke foran kameraet, men det er ikke uten utfordringer, forteller Sivertsen.

– For eksempel, under presidentvalgkampen i USA i 2016, var det veldig få barn i Norge som ville heie på Trump i valgkampen. Samtidig ville vi la barn få bruke sin stemme slik at de ble hørt. Sendingen ble nok preget av at mange var kritiske til Trump. Vi hadde ingen politiske motiver i redaksjonen, men her kan det ha blitt en skjevhet som vi muligens ikke fanget godt nok opp. Jeg har i tillegg personlig snakket med miljøer som er kritiske til at vi mangler innvandringskritiske stemmer blant barn, men her er det en tøff utfordring vi foreløpig ikke har klart å besvare, sier Sivertsen.

Lærer barn å være kritiske til falske nyheter

I en tid der falske nyheter florerer på sosiale medier og nettet for øvrig, tar Supernytt også grep for å lære opp barnas kritiske sans.

– Hver fredag har vi nyheter under vignetten «Fleip eller fakta». Her presenterer vi diverse nyheter og lar dem gjette: Er det sant? Vi har også hatt konkrete saker som oppfordrer til kritisk tenkning rundt nyheter. Det er



Redaksjonsleder Frank Sivertsen i Supernytt oppfordrer foreldre til å se på Supernytt sammen med barna og snakke med dem om det de ser av nyheter.

liten tvil om at informasjonsflyten på nett gjør at Supernytt er mer aktuelt enn noen gang. Vi forklarer det som skjer på en måte som gjør at barn faktisk får med seg nyheter. De vil alltid bli eksponert for voksenmedier og tull eller usann informasjon. Desto viktigere er det at de får balansert fakta fra oss, sier Sivertsen.

Både underholdning og alvor på agendaen

Redaksjonen i Supernytt vurderer daglig nyhetsbildet og formidler saker som skjer både nasjonalt og internasjonalt.

– Lette nyheter fortelles gjerne på en underholdende måte, og i mer alvorlige saker fokuserer vi på å skape engasjement. Vi tar også for oss mange ulike temaer som er relevant for målgruppen. Vi har for eksempel tatt for oss lekser, kjærlighet, Holocaustdagen og seksualundervisning. Dessuten kan vi gjerne holde på en nyhet og formidle den flere dager senere. Vi tenker at Brexit, IS, pride og homofili, KrF og abortsaken, har knagger som gjør hendelsen aktuell over et lengre tidsrom, sier Sivertsen.

Verdensbildet i dag preges også av alvorlige saker med alt fra terrorisme og naturkatastrofer internasjonalt til korrupsjonssaker nasjonalt. Blir barn eksponert for altfor mye?

– Det er ikke positivt i seg selv, men trenden er vanske-

lig å snu. Derfor er Supernytt sitt arbeid med å tilpasse innhold til barn viktigere enn noen gang. Når Medietilsynet sier at tre av fire barn mellom ni og tolv år er på sosiale medier, skulle jeg ønske at det ikke var slik. I stedet for å kjempe mot at de er der, velger vi å lage godt og relevant innhold for barna på de plattformene de faktisk er, sier Sivertsen.

Redaksjonslederen mener at man kan snakke med barn om de fleste temaer så lenge dette gjøres på barnas premisser.

– I utgangspunktet mener vi at det ikke er noen grenser for hva slags tema som ikke passer for barn så lenge det er fortalt på en riktig måte. Men sex, alkohol, Paradise Hotel og alminnelige drap, er noe vi vanligvis ikke trenger å fortelle om. Vi prøver også å vurdere hvor mange terrorhendelser barn faktisk skal høre om, sier Sivertsen.

Når vi spør redaksjonslederen om han har noen råd til foreldre med barn som ser på nyheter, så er rådet som følger:

– Se på Supernytt sammen med barna. Vi formidler innholdet slik at barn skal tåle å se det alene. Men noen ganger er det temaer og saker som kan være sårt og vanskelig for barn. Så snakk med barna om det de ser av nyheter, sier Sivertsen. ■

KLARER BARNA DINE Å AVSLØRE SNIKREKLAME?

TEKST: SJUR JANSEN

Skjult reklame er vanskelig å oppdage selv for voksne. Hva med å se en film sammen med barna der dere forsøker å gjette hva som er reklame? Slik lærer barna at de blir snikpåvirket.

Skjult reklame betyr at reklamen ikke kommer i et eget avbrudd, men er kamuflert som en del av det redaksjonelle eller kunstneriske hovedinnslaget.

- Midt i en actionfilm drikkes det et kjent ølmerke
- Deltakerne i tv-serien bruker klær av et bestemt merke
- Bloggeren roser en restaurantkjede
- Youtuberen pakker opp et nytt produkt
- Et sted i spillet er det reklame på husveggen

Å vise barna at det finnes skjult reklame, kan gjøre dem mer bevisste på også andre former for påvirkning.

Ulovlig med skjult reklame – i utgangspunktet

Norskproduserte programmer er nødt til å starte med et varsel dersom de inneholder skjult reklame. Før innslaget vises, må det stå «inneholder produktplassering», «annonse», «sponset innslag» eller noe slikt. Dette gjelder tv-programmer, youtubere, bloggere og lignende.

Men når du har sett en film i en times tid, er det ikke lett å få med seg at malingsspannet som skuespilleren bærer, egentlig er betalt reklame. Vi som ser filmen vet ofte ikke hvilke produkter som er plassert der mot betaling.

Norske filmprodusenter og youtubere har ikke lov å benytte skjult reklame mot barn. Men barn ser også innslag fra utenlandske produsenter som ikke er underlagt norske regler, og der kan det være skjult reklame rettet mot barn.

Tips og råd mot skjult reklame

For at barna skal forstå at de blir forsøkt påvirket, kan

foreldre se en film sammen med dem, så kan alle ha som oppgave å jakte etter skjult reklame. Det ødelegger filmopplevelsen akkurat denne ene gangen, det er for øvrig vanskelig å kjenne fasiten over hva som er reklame eller ikke, men det kan likevel være en bra øvelse.

Skuespilleren pakker opp en gave med en leke inni. Hvorfor er det akkurat den leken? Viser logoen på leken? Nevner skuespilleren varemerket i sin replikk? En bil kjører rett mot fotografen og bråbremser med grillen en centimeter unna kameraet. Bilens logo vises over hele skjermen. Tilfeldig? Neppe. Skuespilleren drikker brus. Er det nærbilde av brusen? Viser det en reklameplakat på bygningen i bakgrunnen?

Sammen med barna kan du også se noen innslag fra youtubere. De norske youtubere må vise et varsel dersom de har skjult reklame i et innslag, for eksempel hvis de snakker pent om et produkt og får betalt for det. Det kan regnes som reklame selv om youtuberen ikke har fått penger, det holder at youtuberen har fått en fordel av selskapet. Det kan handle om en gratis flytur eller at youtuberen får beholde en kostbar vareprøve.

Fortell barna at det er ikke reklame bare fordi youtuberen snakker positivt om et produkt. Vi lever i et fritt land og kan snakke positivt om hva vi vil. Og når et tv-program viser opptak fra et fortau og det tilfeldigvis finnes reklame på veggen i bakgrunnen, rammes ikke det av reglene for skjult reklame. For produsentene har ikke fått noen fordeler eller penger av å ha med reklamen i bakgrunnen.

Besøk også noen utenlandske youtubere. Og gjør det



Oppe til venstre: «Cast Away» gjorde ballen Wilson berømt, og selv om selskapet ikke betalte for produktplassering, tjente de godt på det. Oppe til høyre: I «Instant Family» er det flust av klær og sko fra Adidas. Nede til venstre: 14 selskaper kjøpte produktplassering i eller tillatelse til å bruke filmklipp fra «Norske byggeklosser». Nede til høyre: James Bond-filmene er velkjent for produktplasseringer. Omega-klokken på håndledet nevnes til og med i en egen replikk i «Casino Royale».

samme med hva som finnes på Instagram, Facebook, Snapchat og så videre.

Reklame i gråsonen

Sportssendinger er fulle av reklame som er en del av det redaksjonelle bildet. Se en sportssending sammen og be barnet telle opp hvor mange reklamer som oppdages i bakgrunnen på arenaen. Se nøye etter når journalisten intervjuer vinneren mot en vegg med logoer. Eller legg merke til at skiløpere løfter skiene opp straks de er i mål. Eller så holder de en vannflaske med logo, opp ved ansiktet når de blir filmet.

Reklamen er i disse tilfellene lett å oppdage, den er ikke skjult, men den er likevel en del av den redaksjonelle produksjonen ved at reklamen vises så tydelig i bildene. Reklamen kommer ikke i en adskilt bulk. Til en viss grad har produsentene fått en fordel av at det finnes reklame på arenaen. Uten reklamen ville retten til å sende tv-bilder vært dyrere.

«Lag en film med produktet vårt!» Slike oppfordringer finner man i sosiale medier. Dermed bidrar barn til å spre filmer om produktet. Barn kan spørre seg selv: «Blir vi lurt til å lage gratis reklame?»

Andre ganger er det konkurranser der man kan vinne et bestemt produkt. Men egentlig er det reklame for produktet. Man kan selvsagt delta i konkurransen likevel,

men det er fint å ha en bevisst holdning til hva man ser og hva man deltar i.

De eldre barna kan få en vanskeligere øvelse. Hva med å lese to kronikker og sjekke om noen av dem inneholder reklame? En kronikk kan handle om noe viktig, derfor gir avisen plass. Men et sted i kronikken nevnes det kanskje en bedrift, et varemerke, en kampanje eller en festival. Er det naturlig at det nevnes, eller er det egentlig snikreklame?

Innholdsmarkedsføring kan være så mangt. Barna skal bytte dekk på sykkelen og finner tips om det på nettet. Samtidig er teksten eller filmen reklame for en butikk. Og det brukes kanskje samme grep som i spillefilmer der man zoomer inn på ulike merkevarer. Filmene er altså en blanding av reklame og nyttig informasjon.

Mer bevisste mediebarne

Ved å utføre noen slike øvelser sammen med barna, kan de bli mer bevisste på hvordan de blir forsøkt påvirket på ulike måter. Det gjelder ikke bare reklame, men også politisk påvirkning via morsomme memes, konkurranser eller lignende. En bonus med øvelsene er at foreldre og barn får mer medietid sammen, det er uansett nyttig slik at barna blir vant med å kunne kontakte foreldrene om mediebruk, forhåpentligvis også når de opplever noe trist eller skremmende. ■



Foto: Maipo Film/Nordisk Film Distribusjon

GILBERTS GRUSOMME HEVN

Norsk komedie, 2016, anbefales fra seks år

Gilberts møte med den nye nabojenten og hans sprø tante Doris er en morsom og underholdende film med et fint budskap som anbefales fra seks år.

Det er ikke lett å være Gilbert. Han er superallergisk mot egg, og spyr som bare det om selv han bare får bittelitt i seg. Det har gjort ham til et mobbeoffer på skolen, særlig etter et par beryktede episoder i bursdags-selskap.

Av den grunn er Gilbert lykkelig når familien flytter. Og enda bedre blir det når han møter den snille nabojenten, som inviterer ham til å spille på ishockeylaget. Men Gilbert skal snart rote det til. Han vil ikke bli ydmyket på nytt, og er fast bestemt på å holde allergien hemmelig.

Enda verre blir det når Gilberts selvopptatte tante Doris skal være barnevakt uken før jul. Ting går fort galt, og det utvikler seg etter hvert til en liten krig som tar litt av, og snart begynner Gilbert planleggingen av en grusom hevn.

Modig tema

«Gilberts grusomme hevn» er en norsk barnefilm basert på den

prisvinnende boken «Egg» av Stein Erik Lunde. Det er blitt en vellykket filmatisering, med gode skuespillere og solid filmhåndverk.

Vi liker den litt sprø historien, som bruker mye humor for å vise hvilke problemer man kan havne i hvis man skjuler viktige ting og ikke tør å være seg selv. Samtidig forstår vi at Gilbert ikke er ærlig fordi han er redd for å bli mobbet, slik han ble

der han bodde før. Budskapet blir dermed at det er bedre å gjøre seg litt sårbar og ta en sjanse på at man blir godtatt slik man er – med både sine gode og dårlige sider.

Tante Doris er også en flott karakter. Det er lett å forstå hvor teit det er å mobbe andre når hun som voksen begynner å mobbe Gilbert. Samtidig innser vi at Doris ikke bare er klin kokos. Hun er tydelig både syk og ensom, og det er nok grunnen til at hun er slik hun er.

Alt i alt – dette er en super film som passer for hele familien.

Topp familiefilm

Aldersgrensen er seks år på grunn av noen dramatiske scener, og det kan være litt skummelt for de yngste når tante Doris er på sitt mest utspekulerte. Men også det skumle er av den barnevennlige sorten. For barn fra aldersgrensen er dette super underholdning som treffer en flott balanse mellom humor, alvor og spenning.



Foto: Maipo Film/Nordisk Film Distribusjon



Foto: SF Studios

GUBBEN OG KATTEN – FINDUS FLYTTER UT

Tysk barnefilm, 2018, anbefales for alle

Findus er i ferd med å bli stor. Faktisk synes han at det er best at han har et eget sted å bo, slik at han kan klare seg selv. Men det er nok slik at både Pettersen og Findus trives best sammen, men på grunn av noen misforståelser oppstår både sjalusi og tristhet – samtidig som det jo er litt skummelt å bo alene.

Denne fargerike og morsomme filmen illustrerer på en flott måte den motsetningen alle barn kjenner på i oppveksten. Barna vil gjerne klare seg selv og være selvstendig, men innerst inne vil de at foreldrene skal være der for dem. I denne filmen får vi et flott budskap om at det er helt greit å føle det slik, samtidig som det fremheves at sammen har man det best.

Filmen byr altså på mye spennende å snakke sammen om. I tillegg er det mye humor og flotte sanger, og sammen med et artig persongalleri fremstår dette som en super film for både barn og foreldre.



SMALLFOOT

Amerikansk animasjonsfilm, 2018, anbefales for alle

Unge Migo lever lykkelig i en snø- og iskledd landsby høyt oppe i fjellene. Her bor de store og hårete yetiene helt isolert, og de har utviklet noen snodige skikker. Men da Migo en dag ser et lite menneske, eller en «smallfoot» som de kaller dem, snus tilværelsen på hodet, og spiren til en revolusjon begynner å gro.

«Smallfoot» er en lettbeint komedie med humor, fart og spenning, men det som overrasker er den dype tematikken som tas opp. Yetiene har et litt merkelig verdensbilde, og det blir raskt klart at det er noe som ikke stemmer i landsbyen. Historien har et tydelig budskap om å stille spørsmål ved det man tror man vet, tenke selv og søke kunnskap for å finne svar. Filmen presenterer et kritisk perspektiv på bruken av mytologi og religion for å skjule sannheter, og stiller store spørsmål som om det er godt å vite den fulle sannheten.

Filmen lykkes på en flott måte med å blande lettbeint underholdning og et spennende tema, og passer utmerket for hele familien.



SPILL

BARNEVAKTEN.NO/SPILL

SUPER SMASH BROS. ULTIMATE

Nintendo Switch
Anbefales fra tolv år

Endelig på Switch-konsoll: Delta i den største sammenslåingen av kjente karakter fra ulike spill og vis hva du er god for med for eksempel Mario, Zelda og Pokemon.

Super Smash er en serie slåssespill som har eksistert siden Nintendo 64. «Super Smash Bros. Ultimate» ser fantastisk ut og viser hva Switchen klarer.

Mange slåssespill handler om å ødelegge helsen til karakterer, men i dette spillet handler det om å kaste karakterer av banen. Man kjemper på en arena med opptil åtte spillere, og hopper rundt på banen mens man slåss samtidig som man forsøker å unngå å falle av selv. Du vinner

enten ved å være den siste igjen på banen eller den med mest poeng når kampen er over.

Man kan velge mellom å spille med venner og familie på samme maskin, eller med folk fra hele verden på nettet. Begge disse måtene å konkurrere på lar deg spesifisere regler slik at du kan spille på den måten som passer deg og dine venner best. Spillet anbefales fra tolv år, og egner seg utmerket til en spillkveld for hele familien.



SPYRO REIGNITED TRILOGY

PlayStation 4, Xbox One
Anbefales fra syv år

I denne nyoppussede spillserien er den heltemodige dragen Spyro tilbake, og utgivelsen byr på spillglede og sjarmerende eventyropplevelser for store og små gjennom tre spill. I spillene må Spyro reise rundt i verden for å nedkjempe skurker og redde vennene sine, og den lilla dragen kan angripe med den ikoniske flammespruten eller ved å stange fiendene sine.

Spyro et solid plattformspill med en vakker spillverden som passer både for de som ønsker et gjensyn med fortiden og for dagens generasjon med barn. De som er kjent med Spyro fra før vil oppleve klassikeren som den var, men med velkomne forbedringer. De som møter den lilla dragen for første gang vil oppleve et spill som er av samme kvalitet som nytutgivelser.

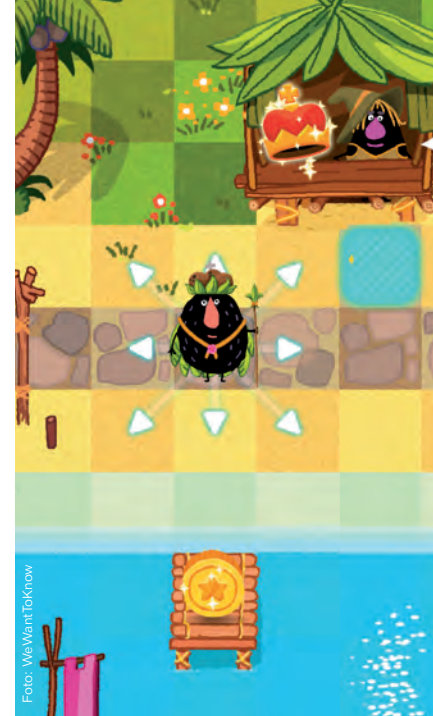


SUPER MARIO PARTY

Nintendo Switch
Anbefales fra fem år

I «Super Mario Party» kan hele familien slå seg løs i over 80 morsomme og helsprø minispill og konkurrere om vinnerplassen. Her handler det først og fremst om sosial spillglede der mellom en og fire spillere kan konkurrere sammen i samme rom, men det er også mulig å spille på nett og mot datastyrte konkurrenter.

De mange enkeltspillene har så lav terskel at enhver kan mestre og forstå hva man skal gjøre. Plukk så mange pannekaker du klarer fra fatet før de andre tømmer det, vask vinduer i takt med musikken, unngå å bli løpt ned av fotballspillere, fang sjeldne gullfisker, sprut vann på motstanderne og mye mer. «Super Mario Party» er rett og slett et fargerikt sprell med musikk og variert underholdning som virkelig anbefales.



MAGNUS KINGDOM OF CHESS

iOS, Android
Anbefales fra fem år

«Magnus Kingdom of Chess» tilbyr en smart, morsom og motiverende måte å lære sjakk på. Målet er at barna skal kunne lære hvordan de forskjellige brikkene beveger seg, litt om taktikk og strategi, samt mestre ulike scenarioer og slag mot en datastyrt motstander.

Man kan velge opptil fire profiler, og dersom barna er under syv år finnes det en egen veiledningsmodus.

I spillet styrer du kongen som utforsker kongeriket, samler mynter og nøkler for å låse opp porter og overvinne fiender som beveger seg som sjakkbrikker. Underveis får barna forklart konsepter og sjakkens regler i porsjoner, en pedagogisk grunntanke som er velfundert.

Med jevne mellomrom dukker det opp slag der du spiller mot den datastyrte motstanderen. Her må barna tenke taktisk med brikkene sine, og i stedet for å møte på et overveldende sjakkbrett med 16 brikker, så får man dette i doser. Hvis du gjør feil, så blir du ikke straffet for det. Dersom en motstander spiser opp kongen din, så kan du prøve på nytt helt til du mestrer det.



YOUTUBE KIDS

iOS, Android
Anbefales for barn

Endelig er den her, en egen YouTube-app med barnevennlig innhold. Vi anbefaler appen for alle barn, men råder samtidig foreldre til å sette seg inn i hvordan man tilpasser appen for egne barn.

Med YouTube Kids får du en app som er tryggere og mer tilpasset barn enn YouTube. Du får tilgang til en rekke innstillinger og foreldrekontroller, og du kan opprette profiler for hvert barn og velge alder for å tilpasse tilgjengelig innhold. Du kan også håndplukke videoer, kanaler og spillelister barnet skal ha tilgang til, og det er mulig å blokkere kanaler og videoer. Barna eksponeres også for mindre reklame.

Her er det altså gode muligheter for å legge til rette for en morsom og lærerik seeropplevelse for barna. Men samtidig påpeker Google at ingen filtre og innstillinger er hundre prosent sikre. Det kan dukke opp upassende innhold i videoklipp til tross for at appen har filtre for å motstå dette. Derfor bør foreldre følge litt med og ha en dialog med barna om hva de skal gjøre dersom de kommer over dette. Les mer om appen og nyttige innstillinger på barnevakten.no/youtube-kids

APP

BARNEVAKTEN.NO/APP



BOOK CREATOR

iOS, Chrome
Anbefales fra fire år

Denne gamle traversen har vært på markedet en del år, men den er fortsatt en av de beste appene for å lage egne bøker på iPad.

Dette er en allsidig app der barn kan lage sine egne presentasjoner, fortellinger og tegneserier. Til og med de yngste kan mestre brukersnittet, da appen er intuitiv og enkel i bruk. Oversikter og menyer er oversiktlige og fine, og man har utallige muligheter for å være kreativ. Barn kan blant annet lage spennende fortellinger ved å kombinere bilder, tekst og lyd. Man kan velge blant 50 fonter, og penneverktoyet gir mulighet til å bytte på farger og ulike typer børster. Man kan også lage presentasjoner i ulike fag og koble lyd og bilder knipset med iPadens kamera. I tillegg kan man legge inn lenker til eksterne videoer og nettsider, for å nevne noe.

Appen er også så enkel i bruk at selv de yngste, og gjerne barn i barnehagealder, kan mestre dette med litt veiledning og hjelp fra voksne.

Ferdige bøker kan enkelt eksporteres som PDF, video og andre typer filformat. Appen kan også bruke syntetisk tale til å lese opp tekst som er skrevet inn i bøkene.

SPØR KJELLAUG

FAGLIG LEDER KJELLAUG TONHEIM TØNNESEN
POST@BARNEVAKTEN.NO

Har du spørsmål om barn og unges mediebruk?
Ta kontakt med Barnevaktens rådgiver



Regulering av skjermtid

«Eg synes det er veldig vanskeleg å sette grenser for kor mange timar barna skal få vere på internett. Dersom dei får velje sjølve så vil dei halde på døgnet rundt. Eg har høyrte at det skal vere måtar å avgrense datatilgangen på telefonane og datamaskinene deira, men skjønar ikkje heilt korleis eg skal gjere det.»

Mor fra Kvinnherad

JA, DET ER vanskelig å regulere skjerm-tiden, og spesielt etter at barna har fått smarttelefoner og ellers har tilgang til spillkonsoller, tv og så videre. Det er kanskje en mager trøst at mange barn og unge selv mener de er for mye på skjerm. 45 prosent mener at de selv bruker for mye tid på mobilen, og nesten en tredjedel mener at de bruker for lite tid til å treffe venner utenfor skjermen. Det er derfor bra at vi foreldre hjelper dem med å regulere.

Som foreldre er vi ansvarlige for at det er balanse i hverdagen til barna våre, og at de har passelig tid til forpliktelser, lekser og faste aktiviteter, og at dette er balansert opp mot skjermtid og tid til å være med venner, til å spise, slappe av og sove. Så er det kanskje også forskjell på hverdager og helg, ruskeværsdager og fineværsdager.

Man bør unngå å kun henge seg opp i antall timer og minutter brukt på skjerm. Det beste er om dere sammen med barna finner ut hvordan dere på en god måte kan balansere skjermbruken i deres familie.

Jeg anbefaler dere i fellesskap å finne soner i huset og tidspunkt på døgnet hvor dere er bevisste på å ta skjerm pauser. Vi anbefaler skjermfrie måltider, eventuelt skjermfritt kjøkken. Skjermfritt på soverom-mene når man skal sove, og det er også anbefalt skjermstopp fra om lag en time før man skal sove. Dette for «å lande i hodet», spesielt hvis man gamer (dopaminnivået i hjernen).

Det er også muligheter for tekniske avgrensninger på tid. Det kommer litt an på hvilke mobiler og eventuelt nettbrett det er snakk om. I den siste oppdateringen til Apple

(iOS 12) er det spesielt lagt til rette for dette. Da kan man blant annet «skru av» appene på mobilen slik at kun sms og ringing fungerer. Du kan lese mer om innstillinger for Android/Google og iOS/Apple på barnevakten.no.

På nettsidene våre kan du også finne en artikkel om «Circle with Disney», som er en boks som legger tilrette for individuelle begrensninger på alle skjermenheter i huset.

I tillegg finnes det noen apper man kan laste ned gratis som måler hvor mye man er på mobilen. Dette kan gi viktige fakta som er med på å bevisstgjøre på egen skjermbruk. Her er noen apper som dere finner mer informasjon om på nettsiden vår: «Forest: Stay Focused» og «Space-break phone addiction» (iOS/Android), «Moment» (iOS) og «Quality Time» (Android). ■

Nakenbilder

«Vi har hatt noen episoder med uheldig bildedeling i 9. trinn, med blant annet spredning av nakenbilder. Politiet har vært involvert i saken, men vi lærere ønsker å sette fokus på dette og jobbe med bevisstgjøring. Har dere noen tips til oss?»

Lærer i ungdomsskolen

JEG VET OM to ressurser som vil være til nytte for dere i jobben med å bevisstgjøre elevene. Vi kan anbefale dere å bruke ressursen ensnap.no. Denne ble laget som en kampanje på Snapchat, men ligger nå som en ressurs på nettet. Den er utarbeidet av Barnas Jurist, i fellesskap med samarbeidspartnere som Plapre og Advokatfirmaet Haavind med flere. Ressursen er finansiert gjennom støtte fra Extrastiftelsen.

Formålet med ressursen er å informere unge i aldersgruppen 13-17 år om deres rettigheter og forpliktelser på nett. Gjennom opplysning, informasjon og små filmer er målet å forhindre ulovlig spredning av naken-

bilder blant barn og unge. Ressursen omhandler deling av seksualiserte bilder uten samtykke via sosiale kanaler som blant annet Snapchat.

I tillegg kan det være lurt å samtidig involvere foreldrene. Redd Barna har laget et hefte som er fint å bruke, både for deg som lærer og for foreldre. Håndboken kan bestilles i papir eller lastes ned fra Redd Barnas nettside.

Håndboken heter «Snakk med oss» og handler om hvordan samtale med barn og unge om kroppspress, nakenbilder og pornografi på nettet. Den kan lastes ned som PDF eller bestilles i papirutgave på reddbarna.no/nettvett. ■

Gode ressurser

«Vi er en 1-10-skole og skal ha en medieuke hvor vi blant annet skal fokusere på falske nyheter og kildekritikk. I den forbindelse er vi på jakt etter bra stoff og ressurser vi kan bruke.»

Lærer fra Østlandet

JEG VIL ANBEFALE dere å ta en kikk på dubestemmer.no. Der finner dere mye bra stoff til bruk i undervisningen, blant annet om kildekritikk. Du bestemmer er laget av Utdanningsdirektoratet og Datatilsynet.

I tillegg har Medietilsynet, Utdanningsdirektoratet og Faktisk.no laget et undervisningsopplegg for ungdom i alderen 13 til 16 år om falske nyheter, og som tar for seg spørsmål som: Hvordan skille fakta fra meninger? Hva kjenner netegner såkalte falske nyheter? Hvorfor lager noen slike saker?

Denne ressursen er laget for deg som ønsker å styrke unges kritiske medieforståelse og deres evne til å vurdere innhold i mediene. Du finner undervisningsopplegget under «barn og medier» på medietilsynet.no. ■

Opplever din skole utfordringer med spill,
sosiale medier og digital mobbing?

#medborgerskap

#livsmestring

#demokrati

BLI SKOLEMEDLEM!

- Få råd om nettvett og digital dannelse
- Oversikt over *alle* norske læringsressurser
- Modeller for godt foreldresamarbeid
- Foredrag/kurs for foreldre, pedagoger og elever

Les mer på barnevakten.no/pedagoger