

SAMSVAR - Barn og unges digitale hverdag

00:00:00

God morgen og.

00:00:01

Velkommen til Dagens samsvar både til det som er her på Oslo nett og til det som følger oss via nett tv.

00:00:09

Jeg heter Ingvild straume, og jeg var gleden av å for å ta oss igjennom Dagens tema som handler om barn og unges digitale hverdag og for barn og unge i dag så er jo internett og sosiale medier en selvfølge. Mine barn pleier for eksempel å sitte med ex takker jeg mamma sa vokste opp uten internett.

00:00:30

Mens jeg synes jo det helt strålende.

00:00:33

Men barn og unge.

00:00:34

Er de egentlig bevisst den hverdagen?

00:00:37

De vokser opp med.

00:00:39

Er det bevisst at?

00:00:40

De er forbrukere når de er på nettet.

00:00:43

Kjenner det igjen hva som er reklame og hvordan de skal forholde seg til presset fra markedsaktørene, og vet de hvilke personlige opplysninger som egentlig strøm ut på nettet ifra de?

00:00:57

Skuespiller da ane dahl torp for eksempel. Hun gikk ut nå.

00:01:01

For et par uker.

00:01:01

Siden og ville aldersgrense på sosiale medier, og maner til et tettere samarbeid mellom skole og foreldre, og vi har også en pågående debatt om bloggere. Hvilke ansvar har de overfor barn og unge når det gjelder for eksempel kroppstrekk kropp?

00:01:19

Og hvilken rolle har så skolen og hvilken rolle er foreldre foredragsholderne på samsvaret i dag? De skal snakke om en del av disse problemstillingene, og først ut så er forsker dag slettet med oss fra forbruksforskningsinstituttet sifo.

00:01:36

Han har jobbet i mange år med problemstillinger rundt teknologi rundt nye digitale medier, digital markedsføring og digital kompetanse, og han vil gi oss en introduksjon til Dagens tema.

00:01:49

Om det å være ung forbruker digital hverdag.

00:01:53

Velkommen dag edith 1000 takk.

00:01:59

Skal vi se?

00:02:05

Går vi ut igjen her nå?

00:02:15

Er mikrofonen min på.

00:02:17

Ja takk for invitasjonen jeg jeg skal holde eller kastet lite blikk over et veldig stort felt som.

00:02:29

Som omhandler det å være ung og forbruker, og det har med kommersialisering. Det har med digitalisering. Dette her er jo et kjempefelt og det jeg prøve å lande en liten beskrivelse av.

00:02:42

Det er ikke så veldig enkelt, men jeg skal prøve å trekke ut noen små essenser, blant annet basert på den forskningen som vi har gjort på c.

00:02:52

Og det er ikke noen nye studier, ingen nye funn. Det kommer etterpå, men det er et lite lite utgangspunkt.

00:03:01

Vi kan kanskje begynne helt fra begynnelsen, der vi kan kalle det. Altså internett har jo vart relativt lenge, men det kommersielle internett sies å ha hatt sin Start i enognitti.

00:03:12

Og og bakgrunnen for det er jo at da da ble cyberspace på en måte tilgjengelig for hvermannsen med brukervennlige grensesnitt, og etterhvert så fikk man også søkemotorer og og tilgang til innhold.

00:03:28

Men det var jo denne altså da var.

00:03:30

Jo man kalte det cyberspace.

00:03:33

Det var et utempe et uutnyttet mulighetsrom som man på en måte ikke.

00:03:38

Altså i dag så ser vi at det er mye mer regulert. Det er det er store maktkonsentrasjoner. Det var en helt annen, et helt annet forhold til internett på den.

00:03:48

Derfor, så var det også veldig mange. La oss si kommersielle cowboyer, og du fikk dot com krisen. Det var mye som skjedde i tillegg, så så barn og unge at de hadde en arena der de kunne være andre enn enn seg selv og og det å være anonym, og det er på en måte en.

00:04:08

Et alternativ til det å leve med med helt spesifikke identiteter, for eksempel.

00:04:17

Når det gjelder sifo forskning på dette her, så har vi holdt på ganske lenge vi begynte.

00:04:21

Da i 8.

00:04:22

Og 90 og det er det er barne og likestillingsdepartementet og altså forbrukermyndighetene og Forbrukertilsynet.

00:04:30

Som på en måte har drevet sammen med safo dette fokuset på barn og unge, og faktisk så var vel det vart altså vårt første digitalt prosjekt var om markedsføring rettet mot barn og unge og påvirkning.

00:04:47

Så det er.

00:04:48

Allerede tidlig, så sa man at her her var det en stor utfordring med hvordan man altså hvordan barn kunne håndtere og navigere i dette nye mulighetsrommet.

00:05:00

Og etter det så har vi hatt ulike prosjekter som den både har sett på markedsføring i generelt på internett og reklame og markedsføring spesifikt i digitale spill. Fordi en periode så var det et stort tema.

00:05:13

Mer fra på spredt på digital forbrukerkompetanse rettet mot skolen e medierelatert kompetanse og praksiser. Dette har vært typisk.

00:05:23

Prosjekt og så nå i det siste digitalt nyhetskonsument og samfunnsengasjement for dette linket opp mot mot forbruk også. Og i det siste sårbarhet knyttet til tingenes internett og leker, blant annet i forbindelse med det arbeidet som forbruker og da har gjort på dette feltet.

00:05:44

Og så ser vi på en måte et stort skifte som kom i 2000 og syv. Det er jo egentlig før og.

00:05:48

Etter 2000, og.

00:05:49

Syv for da skjedde det jo markante endringer i markedet. Det at vi fikk smarttelefoner og sosiale medier som endret på en måte alle forutsetningene fra tidligere, alt ble personlig og direkte du fikk direkte kanaler.

00:06:04

Og så for barna da som fikk tilgang til et globalt marked på en privat gjennom en privat.

00:06:13

Og så det er mye mer synlig identitet. Du kunne på en måte ikke gjemme deg på samme måten, og Facebook var jo skapte jo fikk jo på en måte ansiktet litt tilbake igjen på på internett.

00:06:26

Og med dette så fikk vi også en vanvittig høsting av data til til analyse.

00:06:34

Tradisjonelt så har barn vært godt, altså reguleringen av markedsføringen har vært tatt hensyn til barn i Norge.

00:06:46

Men samtidig så har det kommet helt nye former og nye kanaler og nye virkemidler, som har gjort det krevende å å spesifisere hva som er for eksempel direkte markedsføring rettet mot barn og direkte kjøpsoppfordringer. Og dette har jo reguleringer slitne i lang tid.

00:07:03

Hvis du ser på tilnærminger både sånn fra forskningssiden og fra offentlige diskurser på dette her, så er det jo kanskje 2 hovedretninger.

00:07:11

Dette er at barn er sårbare om å beskyttes, blant annet for det de er eksponert hele tiden, og det at de er faktisk kompetente aktører i et.

00:07:19

Fordi det er eksponert hele tiden, altså da det er noe med treningen som gjør at de faktisk altså eksponering, gjør en sårbar, men samtidig kompetente, og det å på en måte balansere noen velger bare en kritisk tilnærming av en fortolkende litt sånn mulighets tilnærming enn noen ser på begge muligheter at det er en både og situasjon.

00:07:41

Regn forbrukerpolitisk så.

00:07:43

Har det vært et mål å skjerme barn mot på kommersiell påvirkning, og man har vært opptatt av alders regulering, og dette er at barn utvikler seg og har.

00:07:54

Og det at evnen til å forstå budskap det det utvikler seg for hvert år.

00:08:00

Som går, og derfor så har man også sett at man altså de konkrete virkemidlene man har jobbet med, har vært på utdanningssiden.

00:08:11

Dette å koble til kompetanse og og lære barn å kjenne reklames hensikt for virkemidlet. Hvis vi ser på på på reklame spesifikt.

00:08:22

Den har kanskje vært veldig sånn innholds fokusert da tatt lite hensyn til at sånn som det er i dag, da at det ligger en del underliggende mekanismer og aktører som som er vanskelig å få tak på.

00:08:35

Men uansett så har det vært et fokus og, og dette med regulering og gå ut i markedet og begrense eksponering med å regulere aktørene i markedet.

00:08:45

Vårt utgangspunkt er jo at altså digitale arenaer er på en måte II prinsippet kommersielle. Alle arenaene er kommersielle på en.

00:08:54

Eller annen måte?

00:08:56

Og dette med kommersialiseringen. Det er jo en sånn prosess der du som vi ser i stadig flere sider av hverdagslivet at.

00:09:07

At at det underlegges markedstenkning og en økonomisk logikk, og at de da får utstrakt grad av markedsføring, økt reklametrykk og og mer kjøpepress, spesielt blant barn.

00:09:21

Og dette med sosiale medier og og smarttelefon har jo forsterket det fordi at det sniker seg inn i det private rom og har for mye større effekt enn i det offen.

00:09:32

Så på en måte kan vi si når vi ser også at stadig yngre barn får smarttelefon, de spiller mer, de er deltakere på nettsamfunn, selv om det er gitt aldersgrense på 13 år.

00:09:45

De blir yngre og yngre på sosiale medier. Så blir det jo prinsippet forbrukere i stadig yngre alder, men de har på en måte ikke. Det er jo ikke ferdig utviklet for brukere, så dette er jo en. Dette er en krevende problemst.

00:10:00

Når det gjelder hvis du ser litt på de, altså dette er veldig skjematisk for våre data, men en en tove trekk er kanskje at foreldrene er mest opptatt av det som er litt sånn farlig, altså misbruk av kriminelle mobbing fra jevnaldrende det med porno konkret på innhold, tidsbruk, avhengighet og men også hvilke muligheter som ligger at det å eksponere barn for digitale medier. Uansett hva det er, så vil det gi kompetanse på et eller annet plan.

00:10:29

Som de kan utnytte senere.

00:10:31

Så dette med med kommersielle bekymringer på en måte da at de økonomiske sidene ved barns deltakelse har kanskje ikke bekymret foreldre på samme måte.

00:10:42

Det er kanskje fordi det ikke er så skummelt, og man man stoler, kanskje på at OK, hvis du skal være deltaker eller annet sted, så må du på en måte avgi noen personopplysninger. Du må akseptere at du skal signere på et eller annet bruke noen penger.

00:10:59

Så det er kanskje ikke så skremmende, og det er jo en langtidseffekt her og som er vanskelig å avdekke.

00:11:03

Og dette med de disse underliggende mekanismene og strukturene og sånn som makt og bindinger og og i det siste med filtrering og manipulasjon av meninger og virkelighetsoppfatninger som jeg, er det virkelig skumle på en måte for dette former. Jo barn fra tidlig alder til de blir voksne det.

00:11:21

Det er kanskje ikke så tydelig. Det er heller ikke så.

00:11:26

Og har heller ikke vært noen bekymring, kanskje da for foreldre så sann. Vi kan kanskje si at de har vært mer opptatt av grooming enn kommersiell grooming å sette på spissen.

00:11:40

Dette er bare en noen.

00:11:44

Hva skal du si, noen ikke? Det er både markedsføringsmåten, men også og metoder på en måte. Altså. Det finnes jo et vell av markedsførings tilnærminger som er relevante for barn, og dette med influences.

00:12:00

Dette er jo blogge primært. Det har jo vært.

00:12:04

Spesielt for Forbrukertilsynet, så har det vært en stor sak fordi at de er veldig tydelige på at dette er jo privatpersoner som over tid har beveget seg fra poste personlige meninger til å bli annonsørenes talerør, og du har innholdsmarkedsføring, sponsing produktplassering som er mindre synlig for barn og som skal merkes tydelig når dere har vært en gråsone i lang tid og.

00:12:35

Man har hatt et behov for å på en måte presse frem at dette.

00:12:39

Og tydeliggjøres fordi at det er ofte barn og unge som er som følger disse influenserne.

00:12:46

Og så har.

00:12:46

Vi fått sånne micro influencere sånn at du bruker blogger og folkets sosiale medier som har mye mindre nedslagsfelt.

00:12:56

Men de man sprer på en måte budskapet ut, og de kan kanskje ha enda større effekt for de da at de er. De har et lite kanskje tettere nettverk, og dermed også større påvirke virkningseffekt.

00:13:08

Og nå i det siste disse virtual influencers, der man på en måte dropper.

00:13:13

Å betale påvirkere, men lager av datarep som på en måte som har blitt populære. De har jo millioner av følgere disse og, og det er jo en. Det er jo interessant.

00:13:26

Utvikling fordi at i prinsippet så er det jo da.

00:13:30

Tilbyderne, som bare former hele fremtoningen til disse virtuelle avatarene og kan da forme.

00:13:38

På en måte kanskje de kommersielle identitetene til følge er også.

00:13:44

Ja per markedsføring bare det at at man altså barn er jo aktiv i å formidle markedsføring selv også i like på ulike måter.

00:13:55

Dette med nettvar der som man har prøvd ut i det siste som har fått mye kritikk. Men det at smarte omgivelser begynner å kommunisere med barn som smarttelefoner altså alt dette blir jo kraftigere regulert nå med de nye personvernreglene.

00:14:10

Men likevel, så er jo dette ting som testes ut, og man finner gråsoner som som man kan operere i.

00:14:18

Og så nettilkoblede leker og utstyr som Forbrukerrådet har spesielt har gått inn i, og vi ser at.

00:14:26

Det har vært også bare cayla og disse få lekene.

00:14:30

Altså det er mange problemstillinger, og dette er spesifikt rettet mot barn, ikke sant? Du er mot manglende sikkerhet.

00:14:37

Ulovlig brukervilkår og samtaler tar også at det har vært skjult forhåndsprogrammert markedsføring, muligheter for kjøp i spill og direkte koblinger til kommersielle aktører.

00:14:52

Og så selvsagt dette med all algorit mestyrte reklame i sosiale medier at man bruker data alle typer data segmenterer sånn at.

00:15:01

At altså man har i personlig markedsføring, så har man bruker man jo navnet.

00:15:08

Gjennom denne typen algoritmestyring og og stordataanalyse, så kan man komme helt inn på brukeren uten navnet, men vite veldig mye mer, så det er jo i prinsippet kanskje en form for personlig markedsføring, men men har kanskje ikke det juridiske innpakningen som gjør det til deg da?

00:15:31

Oppsummert altså hele poenget bak dette. Her er jo denne.

00:15:37

Som sikkert alle er enige også dette at at barn i dag har behov for en veldig sånn sammensatt kompetanse for å klare navigere dette.

00:15:47

Dette landskapet og og det er II bunn og grunn at at disse arenaene er kommet.

00:15:54

Celle og det er jo da tror jeg noe å ta med seg fordi at det betyr jo at det er en arena der de også kan få bygd opp en kompetanse som de kan utnytte på alle andre områder.

00:16:07

I sosiale sammenhenger som offentlige, altså som borgere, så det er en viktig arena å ta hensyn til, men også utvikle kompetanse på, så det er en sånn samkjørt digital forbruker mediekompetanse som som kanskje bør utvides i mye større grad enn det man ser i dag, da i skole og i på andre arenaer.

00:16:28

Så er det bare noen sårne hva? Altså, vi bør jo kunne gjenkjenne både budskap og reklame former, og men også aktørene bak.

00:16:35

Og hvilke hensikter disse her? Og dette er jo ikke lett, så dette må jo andre hjelpe til med for eksempel gjennom forskning eller gjennom annen etterforskning.

00:16:46

Og da kunne gjenkjenne skjult markedsføring. Det å kunne navigere i disse systemene og skjønne hvor man er for eksempel.

00:16:54

Dessverre et produkt da som en influencer i promoterer så er, så gjøres det kanskje gjennom Snapchat og den Snapchat kontoen aksesserer de gjennom sin Apple telefon, og altså det er en hel linje her som man må forholde seg til å skjønne hvor man er i. Og alt dette er jo.

00:17:12

Kommersielt, men også dette er et i dag, så er jo skal jo alt være smart, men smart høres jo tilforlatelig ut, men det betyr jo at noe er tilkoblet.

00:17:22

Nettet eller kommunisere med andre gjenstander, og at det er alt det er kommuniserende, og det betyr jo at data utveksles på et eller annet.

00:17:30

Så smart bør tas med en klype salt.

00:17:35

I tillegg så er det dette med annonsebørs, og dette er jo vanskelig. Altså Datatilsynet har jobbet og andre har jobbet med nettopp prøve å forstå hele dette annonsemarkedet.

00:17:44

Og det er jo ekstremt krevende, og det er helt umulig for vanlige forbrukere å skjønne hvordan dette fungerer, så det her må jo man må forstå at dette skjer, men det er selvsagt myndighetene som må gå inn og regulere den siden, men det er veldig viktig å forstå.

00:17:57

Og dette at data er et nytt middel, men som.

00:18:03

Per i dag.

00:18:03

Ikke har hatt en stor altså. Det har ikke blitt satt en stor verdi på det for forbrukerside, så da bare bli byttet i.

00:18:10

I alt mulig rart, så dette denne verdien av persondata må jo også opp og synliggjøres for barn som fremtidige forbrukere.

00:18:20

Og dette med binding er ekstremt viktig da, fordi at man begynner så tidlig, for eksempel gjennom Apple systemet at du er på en måte.

00:18:27

Du blir på en måte prima som kan forbruker i det systemet, både fysisk med bindingen, men også som mentalt og og og blir kanskje da en type Apple person gjennom livet.

00:18:39

Det er bare Apple er bare et eksempel, men det er jo da alle disse plattformene og innelåsningsmekanismer og lojalitetsprogrammene som florerer.

00:18:47

Altså målet er jo bare å få forbrukerne til å ikke bli engangskunde, men å og og på en måte få de til livsvarige kunder.

00:18:56

Men samtidig så er det jo vanskelig, altså. Det er noen vi diskuterte i går, og dette her med lovgivning, fordi at det det er viktig. Men samtidig så ligger loven veldig sånn langt bak II noen systemer og.

00:19:09

Myndighetene har et behov, bør komme mer frem og forenkle lovverket og gjøre det synlig for også for forbrukerne, fordi at vi trenger mer kunnskap om hvilke rettigheter vi faktisk har.

00:19:21

Både markedsføringsloven og nye personvernlovgivningen og forbrukerlovgivningen. Jeg merker selv at jeg ikke kan nok om noen av disse lovgivningene selv.

00:19:31

Om jeg jobber på felt?

00:19:32

Og det burde jo vært helt selvsagt at vi skal kunne grunnleggende om disse for å kunne hevde vår rett i markedet.

00:19:41

Ja, og så er dette med å forstå mekanismene for filtrering manipulasjon som vi var inne på, og det å kunne gjøre sånne kostnader, nyttig risikoanalyser og dette er. Dette er jo kjempekrevene, men få noen verktøy for å lære seg hvordan for eksempel kortsiktig nytte bør veies opp mot langsiktig risiko. Dette er har vært en utfordring på apsiden spesielt.

00:20:02

Fordi du får en app du har lyst på det der og da du krysser opp på alt mulig bare for å få tilgang. Du tenker ikke over fremtidig.

00:20:12

Altså dette med data, opphopning, hacking og muligheter for id tyveri i ytterste konsekvens som er.

00:20:18

Ekstremt krevende hvis du er ung og far og må bale med id tyveri.

00:20:25

Ja, og dette er at du må dette lære seg å skille på når man er forholder seg til kommersielle aktører eller forbruker aktører innen delingsøkonomi, så har vi da der er fremdeles lovverket uklart, men dette lære at du har ulike rettigheter og plikter når du forholder deg til en en sånn deler en leilighet versus når du har en kommersiell aktør enn ren kommersiell aktør å forholde deg.

00:20:51

Bare noen eksempler på kanskje ting som man bør tenke på når man skal sette sammen et nytt kompetansemål på et eller.

00:20:58

Annet tidspunkt. Takk for meg, det var det.

00:21:07

Takk skal du ha dag. Det var utrolig mye interessante refleksjoner du hadde, og dette er jo ganske komplisert for oss som forbruker å forholde oss til, så det blir interessant å ta en prat om det etterpå og hvordan du tenker at vi bør jobbe med det framover.

00:21:26

Nå er det.

00:21:28

Thea grav rosenberg og kamilla Knutsen steinnes som skal snakke.

00:21:36

De jobbet med en pågående studie nå på oppdrag for barne og likestillingsdepartementet, og der kartlegger de hvilken type for markedsføring som barn og unge får gjennom sosiale medier og hvilke digital kompetanse de har. Så da er ordet deres vær så god.

00:21:58

Er den er den på nå?

00:22:23

Ja, hei, hører du meg?

00:22:28

Ja da tar vi en på full, vi bare tar full av manus.

00:22:31

Ved siden av jeg?

00:22:36

Der ja det går bra.

00:22:38

Hei takk for invitasjonen Camilla og jeg husker her i dag fortelle om vårt pågående forskningsprosjekt som handler om ungdom, barn og sosiale medier.

00:22:50

Vi er egentlig.

00:22:50

Midt i dette prosjektet vi startet opp i januar og så rapporten skal være ferdig i november, så vi har egentlig akkurat ferdig med datainnsamlingen.

00:23:00

Så i dag, så skal vi.

00:23:01

Bare, så skal vi fortelle.

00:23:03

Litt sånn generelt om prosjektet hva vi har gjort.

00:23:06

Skal jeg fortelle om først?

00:23:08

Og så skal vi fortelle.

00:23:12

Om vi har jobbet litt med å eksperimentere litt med nye metoder med barn og unge i sosiale medier, så det vil jeg fokusere på. Og så vil Camilla fortelle litt foreløpig funnet til slutt.

00:23:25

For tiden så pågår det flere debatter som ble nevnt innledningsvis her om barn og unger i sosiale medier det handler om.

00:23:35

Snapchat du har aldersgrenser for mye utseendefokus i sosiale medier.

00:23:41

Hvis sminkevideoer på youtube kan gi dårlig selvilde kroppspress misbruk av data uheldig data hvem som skal dem som skal regulere aldersgrenser ulovlig youtube reklame.

00:23:55

Og merking av reklame.

00:23:57

Så det vil si at tematikken som.

00:23:59

Er i dag.

00:24:00

Er at tematikken barn og sosiale medier er veldig aktuell, og egentlig så er vi egentlig superaktuelle.

00:24:12

Men vi felles for disse debattene er at de handler om bekymringer knyttet til at sosiale medier påvirker barn og unge ned.

00:24:20

Aktive men det du kanskje ikke har vært så mye debattert om, men før det kanskje ikke vært så mye debattert om det kommersielle presset som dag nevnte litt, så kan vi se her nå at at flere er opptatt av hvilken effekt markedsføringen i sosiale mediene kan ha på barna.

00:24:37

Og det er her vår studie kommer inn da.

00:24:39

I vårt prosjekt så.

00:24:41

Skal vi bidra med kunnskap om hva barn faktisk faktisk.

00:24:46

Eksponeeres for inni sin sine sosiale media.

00:24:50

Og hvordan de for holder seg til dette. Det vil si altså skal først i den første problemstillingen, så undersøker vi hva slags type markedsføringsstrategier barna får inn i sine mobiltelefoner.

00:25:06

Ikke på hvilke markeder det vil si at vi ser på hvilke virkemidler som rettes mot barn, og vi da blant annet for å kartlegge hvilke.

00:25:15

Markedsaktører er altså hvem er det? Hvilke annonsører er det som er interessert i stede som prøver å slåss om oppmerksomheten til barna og i vi? Så det er den første og i den andre, så skal vi undersøke.

00:25:32

Så vil vi også undersøke.

00:25:34

Hvordan barna forstår disse strategiene så da?

00:25:38

Skal vi altså. Vi ønsker å finne dere erfaringer med denne markedsføringen og hvordan.

00:25:42

De opplever det.

00:25:45

Og så til slutt på den.

00:25:47

Nummer 3 så skal.

00:25:48

Vi gjøre en service mor. Vi skal en landsrepresentativ Serie med barn for å teste eller for å undersøke deres digitale kompetanse.

00:25:58

Så for å undersøke alle disse problemstillingene, så har vi eksperimentert litt med metoder fordi vi vil inn i mobilene til barna, fordi når vi skal finne ut hvilke markedsføringsstrategier er det barna får, så er jo dette som dag nevnte veldig skreddersydd så derfor.

00:26:21

Har vi testet og noen metoder som vi nå har laget en film på, så vi ønsker å vise som nå skal vi bare vise hva vi har gjort.

00:26:31

Og så etterpå, så vil jeg fortelle litt om hvordan det gikk.

00:26:38

Det hun da kan.

00:26:39

Vi snurre film hvis det går?

00:26:43

Så er det et poeng å nevne at jeg har ikke sett denne filmen selv på.

00:26:47

Den er mye. Ja, den er rett og slett nyklippet i natt.

00:26:49

Ferdig redigert i morges? Ja.

00:26:54

Det finnes ingen markedsførings frie soner for barn lengre.

00:27:01

Begynn konstant i lomma er annonsørene.

00:27:04

Bare et lite tastetrykk unna.

00:27:08

Hvordan kan vi vite hva som finnes i mobilene deres når markedsføringen er blitt så personlig og skreddersydd?

00:27:18

Byton har utviklet 2 nye metoder, studerer barnas digitale hverdag.

00:27:31

Med screenshot metoden ønsket vi å kartlegge markedsføringen.

00:27:35

De unge fikk på mobilene sine.

00:27:39

Du trenger du syv jenter, syv gutter, 14 sitter, telefoner 200.

00:27:47

Og 31 spill shows.

00:27:49

Og 2 tosker.

00:27:53

Slik gjorde de det.

00:27:56

Uinvitert her i Oslo ungdommer med hver sin mobiltelefon. Vi ba dem om å ta screenshot av det de oppfattet som markedsføring på disse sosiale mediekanalene som de bruker mest.

00:28:08

Som Facebook, Snapchat, Instagram og youtube.

00:28:15

Screenshotene ble sendt til forskerne.

00:28:19

Forskerne printet ut alle screenshotene.

00:28:24

Deretter lagde forskerne en billedlike stilling med shotsene et rom med bilder fra jentene.

00:28:32

Og et rom med bilder fra bussene.

00:28:37

Jentene og guttene ble invitert tilbake for å se utstillingen med markedsføringen de hadde blitt eksponert for.

00:28:46

Ungdommene. Jeg fikk ikke vite at bildene får delt etter kjønn før vi ville undersøke om de.

00:28:51

Selv la merke til dette.

00:29:01

Mitt mitt.

00:29:01

Valgmetoden ønsker vi.

00:29:03

Å få ungdommens reaksjoner og meninger om markedsføringen. Du trenger syv jenter, syv pluss.

00:29:12

Tohundreogtrettien bilder emoji klistremerker.

00:29:18

Par bobler kristelig merkert.

00:29:20

Og 2 flasker.

00:29:22

Fjorder vi det.

00:29:25

Så med.

00:29:25

Fikk utdelt et ark med emoji klistremerker.

00:29:28

Og et ark.

00:29:29

Med kommentarboble chiffre marker.

00:29:32

Symboler de sender golf fra sosiale medier.

00:29:36

Ungdommene fikk i oppgave å uttrykke meningene sine om markedsføringen de hadde blitt eksponert for.

00:29:46

Også bruker jeg monkene for å.

00:29:48

Fortelle oss hva de syntes om at utspørringen de hadde fått i skrivervik.

00:30:14

Da var dere det første publikum på denne filmen?

00:30:18

Så fikk dere lite?

00:30:19

Innblikk i hva de har drevet med de siste 2 månedene på tipo og innblikket.

00:30:25

Hvor mye slit det?

00:30:26

Er å printe tohundreogtrettien bilder. Det kan vi kamilla selv.

00:30:31

Ja skrive noe på.

00:30:33

Så jeg ville bare vil bare kort nå.

00:30:36

Fortelle litt jeg litt om hvorfor vi har utviklet disse metodene. Den første metoden i så fall screenshot metode.

00:30:41

Da, men det var jo som sagt for å.

00:30:43

Komme inn fordi vi.

00:30:46

Tidligere når jeg har gjort eller i samarbeid med en kollega Anniken bugge, så skulle vi kartlegge markedsføring på sosiale medier, og så oppdaget jeg at raman og så prøvde hun da å lage fylke profiler for å finne ut hva slags mat er det barn for i sosiale medier.

00:31:01

Men det fungerte jo ikke denne metoden, fordi det var jo basert på hva Anniken hadde klikket for, altså.

00:31:06

Klarte ikke å bevege seg på nettet akkurat som et barn gjør.

00:31:10

Så da så så da.

00:31:14

Var det sånn egentlig en screenshot? Metoden var bare at jeg snakket med en pappa som var sånn, men jeg må jo se hva som skjer inni mobilen til ungen din han bare. Jeg kan jo bare ta litt screenshots hos henne da og til jeg vi kan jeg hadde.

00:31:25

Egentlig løste jo egentlig et.

00:31:26

Helt problem så jeg bare OK kan du?

00:31:30

Det, men det blir jo litt sånn, kanskje litt feil at han går inn i mobilen. Var det egentlig få med ungene skjønnte?

00:31:35

Jeg da, så det var.

00:31:37

Så det er egentlig funge.

00:31:41

Det er egentlig overraskende bra den, kanskje den det som kanskje er den vanligste metoden er å få barna de faktisk til å sende oss bildene.

00:31:51

Og levere bildene.

00:31:52

Så det lærte jeg forrige gang hadde gjort det sånn nå, så fant vi på at da gjør vi det i en fokusgruppe setting, og så er det sånn at du får gavekort når du har levert bilder. Altså da jobben gjort liksom så det funket og grunnen til ja.

00:32:11

Ja så det som var fordelene med.

00:32:13

Den tonen at vi fikk?

00:32:14

Helt konkret undersøkt helt konkret hva som kan være konsekvensene av den skreddersydde markedsføringen. For eksempel kunne undersøke om gutter og jenter fikk den samme markedsføringen, og hva barna oppfattet som markedsføring for den metoden.

00:32:26

Så ba vi barna ta bilder av det de oppfattet som markedsføring, så etterpå skal Camilla fortelle litt om hva vi fant med denne metoden.

00:32:34

Og så var det den neste metoden vi gjorde, som vi også så på film som er emoji metoden, hvor da kommer barna tilbake uka etter, og da har vi ny fokusgruppe hvor vi da hengt opp disse utstillingene, som som også også var ganske morsomt å teste ut fordi vi hadde ikke gjort.

00:32:56

Det før men da.

00:32:59

Spurte vi om ikke de kunne? Vi spurte de.

00:33:02

Før, så hadde vi bare et helt åpent spørsmål, og bare vi lagde et rom med markedsføring som gutter hadde fått og et annet rom med det jenter hadde fått, så sendte de jentene inn.

00:33:11

Og så spurte vi bare.

00:33:12

Hva ser dere her og så?

00:33:14

Så vi ikke noe om at vi hadde delt det til.

00:33:16

Kjønn men vi.

00:33:18

Det så det kan jeg bare rope.

00:33:19

Det er en catch de.

00:33:20

Etter ett sekund, liksom at her er jenterommet her og gutterommet, hadde ikke engang spurt. Hadde ikke engang sagt er det jenterom.

00:33:26

Er det?

00:33:26

Gutterom så det, så det var på.

00:33:29

En måte. Da er vi litt over i den.

00:33:32

Ja ja altså i mojo metoden da ja så da var vi jo litt over i da vi gjorde i emoji metoden først at jeg spurte kan vi få deres reaksjoner som vi så i filmen hvor de da skrev på?

00:33:45

Da fikk vi også deres kommentarer og meninger, og vi så for eksempel sånn at hvis dere skulle gitt, hvis hvis dere skulle sagt det norske myndigheter, var det som å få den markedsføringen, har dere fått? Hva vil dere si?

00:33:59

Så de virker.

00:34:01

Så barna synes egentlig denne metoden, denne emojiene synes det var veldig morsomt, så det var egentlig ganske.

00:34:07

Det var egentlig veldig glad for for det.

00:34:10

Så sa de.

00:34:11

Og de fikk også masse ut av det fordi de på en måte skrev skriver masse kommentarer i bildene, og de blir veldig engasjerte, så det er på en måte vi får rike data og.

00:34:25

Og i den, så da på en måte gjorde vi den emoji metoden. Først da kunne de individuelt få utdelt hvert sitt klistremerkeark og så etterpå.

00:34:31

Så gikk vi rundt med de for å få sånn watchalong der hvor vi på en måte spurte om deres erfaring eller spurte om kanskje om de hadde lyst til å utdype de kommentarene.

00:34:41

De hadde lagt igjen.

00:34:43

Ja så og grunnen til at vi fant Camilla og jeg fant på denne emoji. Metoden var den første fokusgruppa, så sa de at de likte ikke å legge igjen kommentarer og sånn.

00:34:56

På sosiale medier og ville helst være anonyme og sånn. Og så tenkte vi sånn, OK, kanskje de kan bare kommentere.

00:35:03

Mens de hadde masse meninger, men de ville bare være anonyme, så da ga vi det liksom en arena hvor de kunne kommentere anonymt. Og ja, så da får vi det fra barnas perspektiver og.

00:35:16

Så det har vært.

00:35:18

Det fungerte veldig bra, ja.

00:35:21

Og grunnen til at vi?

00:35:22

Også valgt. Vi ville også, at vi skulle få.

00:35:25

Vi tenkte oss at det kunne være morsomt å teste at de kunne uttrykke seg på et språk de var vant til. Da med emojis er også, men samtidig så er det sånn at ja, men da er det jo vi som har liksom valgt emojis så det ikke sant? Det er jo vanskelig å tenke OK, vi må ha et åpent felt også, altså som vi på en måte kan, som vi bare kan ha åpne kommentarer da, så de utfylte hverandre litt inn, for da kunne det liksom.

00:35:47

Gir liksom en følelse til kommentaren også.

00:35:51

Og og det siste som memoji medone, så var.

00:35:56

Det sånn, gutt?

00:35:57

Jentene var lett.

00:35:59

Det fungerte sånn.

00:36:00

Som guttene de har. De var litt vanskeligere å få i gang i fokus.

00:36:04

Eller de er bare var litt mer sjenerte og sånn så, men med disse emojiene, så var det litt det.

00:36:12

Det var ikke alltid de kunne si.

00:36:13

Noe om de.

00:36:14

Kunne liksom klistre.

00:36:14

På litt da, og så kunne de liksom være med litt da disse unge unger sjenerte guttene, så det var også litt fint. Og ja.

00:36:24

Og før vi skal i gang med funn, så skal jeg bare kort fortelle litt om hvorfor vi lager.

00:36:30

Film i dette.

00:36:32

Sjekk det.

00:36:33

Filmen som dere nå har sett, er et samarbeidsprosjekt med et filmselskap som har laget den hvor vi liksom en eksperimenterer med måte.

00:36:42

Vi kan nå en yngre aldersgruppe med forskning fordi dette prosjektet berører ungdom ønsker å nå ut til dem med forskningen, så vi tenker det tenker kanskje at det kan jo brukes av?

00:36:55

Det kan være nyttig for de som få de som har vært med i prosjektet. Og hva er det som hva er det de finner og er det?

00:37:00

Som skjer og egentlig sånn det begynte, og at de.

00:37:03

Var interessert i å følge prosjektet.

00:37:05

Vi har allerede begynt å lage de videoene skal på sosiale medier, så de skal jo alle de kanalene hvor barna er så til høsten når når vi har analysert oss ferdig, så skal vi lage en.

00:37:18

Del 2 film.

00:37:19

Med hovedfunnene da som du skal prøve å lage en Snapchat versjon og sånn så de skal liksom eksperimentere litt om hvordan det fungerer med å om vi klarer å nå ut til dem da.

00:37:32

Så ja, da kan vi over til moroa ja.

00:37:38

OK så i det følgende, så har vi valgt å trekke fram et par foreløpige funn fra den første problemstillingen vår angående hvilken type markedsføring både jenter og gutter mottar i sine egne kontoer på sosiale medier, og det er viktig å nevne at dette er kun et veldig begrenset utvalg. Vi har masse masse data, masse spennende funn, men på grunn av tid så har vi da valgt ut et veldig begrenset utvalg.

00:38:05

Dette er din nye markedene som vi har identifisert som er tilstede hos både gutter og jenter sin sine mobiltelefoner.

00:38:13

Jeg har ikke tid til å snakke om hver eneste, men jeg skal trekke fram det viktigste eller det mest interessante med et par av de så i det første markedet her, så får ungdommer generelt sett usunn mat og drikke som da inkluderer alkoholholdige drinker. Det er jo si at 15 og 16 år er gutter.

00:38:33

Og jenter i dag.

00:38:34

Får markedsføring rettet mot alkohol.

00:38:39

I denne underholdnings kategorien som er tv, film og lokale eventer så typiske annonser er strømmetjenester for film, tv, serier og musikk.

00:38:49

I tillegg så får de en del markedsføring rettet mot eventer og arrangementer i lokalområdet, som da sier at markedsføringen er basert på ungdommene sin sitt bosted.

00:39:03

Hva som etikk og skjønnhetskategorien er et en bred kategori som omfatter et vidt spekter av produkter og tjenester, blant annet.

00:39:13

Hva som metriske injeksjoner for voksne hudpleie, massasje, vippeextensions.

00:39:23

Tannbleking og så videre. Typisk annonser for spill og teknologi er tilsynelatende gratis apper som ungdommene oppfordres til å laste ned og.

00:39:33

Spille, men mange av disse appene involverer såkalte mikrotransaksjoner som aktivt promottes i appen, og ungdommene sier selv at de har brukt flere 1000 kroner på såne inn app practices.

00:39:53

Og annonser innen utdanning og jobb inkluderer markedsføring for folkehøyskoler, høyere utdanningsinstitusjoner og deltidsstillinger for tenåringer. Så det er tydelig at markeds annonsører aktivt bruker barna sin alder for å skreddersy annonsene.

00:40:13

Så det hovedtrekket vi kan?

00:40:15

Ta fra denne sliden er at.

00:40:17

Det er veldig mange markedsaktører som kjemper og konkurrerer om ungdommens oppmerksomhet, og de har veldig mye å forholde seg til som digitale forbrukere.

00:40:28

Og så lurte vi på om gutter og jenter får samme type markedsføring, og nei, det gjør.

00:40:32

Vi ikke? Vi ble faktisk.

00:40:34

Veldig overrasket over hvor store forskjeller det var, selv om alle disse markedene er representert hos både gutter og jenter, så er det forskjell i forhold til disse 2 markedene som er uthevet da spesielt det her vi ser den største kontrasten.

00:40:51

Så mens gutter får veldig mye spill og teknologi, så får de til gjengjeld mye mindre skjønnhet og kosmetikk sammenlignet med jentene.

00:41:01

Guttene sa faktisk selv at de skulle ønske at de fikk mindre markedsføring rettet mot spill og teknologi.

00:41:11

Så de får altså mye spill apper, for eksempel rettet mot poker spill og teknologiske apper som som droner og fjernstyrte helikoptre. Og når det gjelder lokale arrangementer.

00:41:24

Så får de.

00:41:26

Eventer rettet mot motordrevne kjøretøy og typisk sportslige arrangementer. Jenter derimot får eventer rettet mot skjønnhet og kosmetikk i.

00:41:39

Tillegg til dette store?

00:41:40

Fokuset på tjenester og produkter knyttet til utseende og kropp.

00:41:47

Ja som lurte jo på, hva synes ungdommene selv om dette her? Denne markedsføringen som de får?

00:41:53

Og det er jo nettopp det vi prøvde å undersøke med emoji, metoden og walker og metoden.

00:41:58

Som jeg har snakket om?

00:42:00

Og til tross for at vi nå befinner oss i midt i analysefasen, så ser vi allerede noen mønstre i dette datasettet, og her vil jeg trekke fram et veldig essensielt poeng.

00:42:11

Så gjentene uttrykker selv veldig stor bekymring over at de får så pass mye markedsføring rettet mot kropp og utseende, og de sier at de tror dette bidrar til lavere selvfølelse blant tenåringsjenter i Norge i dag.

00:42:28

Og til og med gutten sier dette helt uavhengig av jentene som guttene synes ikke det er greit at jentene blir utsatt for denne typen og denne grad av utseende fokusert markedsføring.

00:42:41

Her har vi et eksempel, da som demonstrerer, at gutter og jenter får totalt ulik.

00:42:48

Fremstilling av samme produkt, så dette er et en annonse for tannbleking. Produkt hit meg.

00:42:55

Som både gutter og jenter og fart, og hvis dere ser her, så guttene har vært mye fokus på selve produktet og mindre på modellen, mens jentene har mye mer fokus på modellen, så her er det tydelig at markeds annonsørene har laget en slags jente rettet og en gutt deretter versjonen av produktet reklamen.

00:43:16

Ja og vi fant også at.

00:43:19

Markedsføring skreddersys etter bosted. Det er tydelig at de vet.

00:43:23

Godt hvor barna bor.

00:43:25

Nå var det sånn at det var ganske mange av våre barn som bodde veldig nærmere brynsenteret så ved at vi fikk på, da fikk vi så veldig tydelig at det.

00:43:33

Det vet jeg, og det synes også barna er litt ubehagelig som vi kan se på den her som står det hvor nøye.

00:43:44

Da står det, hvor mye vet du hvor jeg hvor skummelt eller hvordan hvor jeg bor skummelt og og.

00:43:52

Og så er det igjen dette kroppsfokuset som de som de ikke liker.

00:43:56

Ja og så er det også så fant vi ganske interessant eksempler på at markedsføring skreddersys etter etnisitet, fordi i fokusgruppen med gutter dette med guttene, så var det gutter.

00:44:08

Så flere forskjellige land og blant annet i en gutt fra India. Han hadde mottatt denne reklamen her som er for en Instagram bruker reklame for indiske bryllup.

00:44:21

Så og han.

00:44:22

Reagerte veldig på det selv. Det var ingen av de andre guttene som hadde fått det, så han sier at du føler deg litt rart skummelt at.

00:44:28

Noen vet om.

00:44:30

Kulturen min og har gitt en reklamebasert på det, sier han da. Så så han sa at han hadde jo ikke sagt hvor han var fra. Sånn synes det var veldig rart da.

00:44:44

Så det må gjerne vil at dere skal ta med dere fra denne presentasjonen er at.

00:44:50

Ungdom norske ungdom i dag får de eksponert for markedsføring, som i stor grad er pubertet ut kjønn, alder og bosted.

00:45:01

Ja og at vi vil også at dere skal ha med at visuelle metoder på ungdommenes premisser kan gi syn eller er vår erfaring er at det gir veldig rike og interessante data om barns digitale hverdag.

00:45:16

Så både med den klistremerke metoden og emojis.

00:45:21

Metoden er egentlig.

00:45:25

Kan vi egentlig anbefale rett og slett, og det tror jeg vi avslutter der. Takk for oss.

00:45:36

1000 takk skal dere ha? Det var utrolig spennende, veldig mange svært aktuelle funn så.

00:45:42

Det hadde jo helt rett.

00:45:44

I til og det jeg og tenkte på var at dette uttrykket så utrolig.

00:45:48

Hvor viktig er med tverrfagligheten som er på si ifra sånn du har bakgrunn som medievitner at det er å Camilla bakgrunn som psykolog, og her er det komplekse problemstillinger som krever ulike tilnærminger, og det har vært interessant.

00:46:02

Og jobber videre også med hvordan enda flere faggrupper bør jobbe med dette, og det får jo vi inn nå.

00:46:08

For nå er det bård Ketil engen som er førsteamanuensis med ved fakultet for lærerutdanning og internasjonale studier som skal innlede på.

00:46:23

Det som handler om digital dømmekraft i skole og lærerutdanning og hvilke rolle nettopp skolen har for å lære barna denne kompetansen som det ikke er tvil om at det trenger etter det siste innlegget, så vær så god bare Ketil.

00:46:49

Ja takk for invitert. Jeg heter børre engen. Jeg kommer fra seksjon for digital kompetanse ved lærerutdanningen eller rette sagt institutt for grunnskole og faglærerutdanning.

00:47:00

I har med 2 kollegaer med på sliden her, fordi at dette har vært et sånt prosjekt som har utviklet seg over litt tid.

00:47:07

Og både tonje og louis har vært med, eller vi 3 har vært den vært sammen om dette hele veien da.

00:47:13

Men jeg kommer da på en seksjon som heter seksjon for digital kompetanse, og vi er 8 heltidsansatte, og vi har ansvaret for undervisning i digital kompetanse for hele lærerutdanningen, og det impliserer også selvfølgelig digital dømmekraft.

00:47:31

Ja temaet vi nå viser selvfølgelig er jo da personvern opphavsrett kildekritikk har vært en del av undervisningen.

00:47:38

Og opptakten til noe av det jeg skal, eller det jeg skal snakke om i dag. Jeg skjedde for en del år tilbake.

00:47:43

Kollegaen min louise, som sitter der hun hadde invitert olav torvund, altså han er professor nedpå og juridisk til å holde en forelesning for hele fjerde årskullet om opphavsrett.

00:47:55

Og så det vi snakker da om 400 studenter. Dette var frivillig selvfølgelig. Og så louise kommer og ola torven kommer og så kommer det en student.

00:48:09

Og så begynte vi å neste her da eller luis begynte å nøste dette her og så spurte hvorfor de anbudene, hvorfor kom dere ikke? Nei, nei, vi vi kan alt det der vi ja OK, så vi kan alt dette her. Ja, dette er interessant. Dette må jo finne mer ut av det, og ut fra disse startet vi opp et et forskningsprosjekt som vi som da het eldre k som står for lærerstudenter, digitale kompetanse og ut av det prosjektet. Så kom det fikk vi da.

00:48:40

Men idet denne antologien her, som heter digital dømmekraft.

00:48:44

Det er artikler som er skrevet på Norsk, som er fordelt på personvern og opphavsrett og kildekritikk med et særlig fokus på skole og lærerutdanning.

00:48:56

I sendetid så har ldk blitt utvidet til et internasjonalt prosjekt som heter som er.

00:49:03

Som er finansiert med rasen pluss jeg kommer tilbake det helt mot slutten av innlegget her. Ja.

00:49:10

OK, det har vært mye snakk om barn og unge her og.

00:49:15

Ja som første innlegget var inne på her, så er det liksom. Internett har jo da utviklet seg siden den gangen.

00:49:21

Vi oppsøkte internett, altså internett er ikke noe lenger. Vi oppsøker. Det er noe vi bærer med.

00:49:28

Oss i lomma.

00:49:29

Og det er.

00:49:32

Med altså i lomma betyr det også at både posisjoneringsdata blir inngangen til internett.

00:49:39

Og barn og unge.

00:49:41

Har da dårligere forutsetninger for å vurdere digital dømmekraft enn i voksne.

00:49:49

De har dårligere forutsetning for å hvordan de digitale mediene fungerer i sammenheng, og det som i hvert fall er sikkert er at skolens oppgave knyttet til å håndtere disse utfordring kommer til å øke i tiden fremover.

00:50:09

For å gå på skolen da?

00:50:12

I rammeverket på en grunnleggende ferdighet defineres digital dømmekraft som et ferdighetsområder innen digitale ferdigheter og legg merke til ordet ferdigheter.

00:50:22

Ferdigheter mener jeg er noe annet, noe annet enn kompetanse, kompetanse, kompetanse er noe som er videre som betyr noe mer.

00:50:31

Og kompetanse igjen er da noe som vi har kanskje i den engelskspråklige verden snakker om litt research, og da snakker vi da om et ganske stort felt, så sånn som for skolens del, så har man da.

00:50:42

Et litt risikabelt.

00:50:43

Som reduserte kompetanse og som i læreplanen har knyttet knyttet ned da til et ferdighets område.

00:50:50

Digital dømmekraft er i skolen en del av digital ferdighet som er igjen er en del av de som 5 grunnleggende ferdigheter som skal integreres i fag og.

00:51:03

Som dere kanskje vet, så er det da 5 grunnleggende ferdigheter i læreplanene. Det er å kunne skrive og uttrykke seg muntlig å kunne uttrykke seg og kunne regne og digital kompetanse eller digital ferdighet.

00:51:18

Mens det å kunne regne blir på mange måter altså bli tatt vare på at matikk faget altså det å skulle.

00:51:27

Man skal regne i engelsktimene. Man skal regne norsktimene, men likevel så er matematikkfaget de som håndterer det å kunne regne.

00:51:34

På samme måte.

00:51:35

Det å kunne skrive er jo da. Det er jo blir da konserververt eller tatt vare på av språkfagene celle norskfaget, mens real digital kompetanse så har ikke det noe eget fag og digital kompetanse.

00:51:48

Det blir da skal da integreres i alle fag og har egentlig ikke noe eget fagområde som tar vare på det.

00:51:54

Og det møter en del utfordringer fordi at det det ansvarsområdet publiseres, en som en kollega sa til meg, ikke sant?

00:52:04

Hvis alle har ansvar for å for å fore bikkja, så sulte bikkja og sånn er det med digitale ferdigheter i skolen.

00:52:14

Og det er.

00:52:15

Digital dømmekraft defineres da som og innebærer å bruke digitale verktøy, medier og ressurser på en forsvarlig måte og et bevisst forhold til personvern og etisk bruk av internett punktum. Det er det som sier.

00:52:28

Vi snakker om juridiske personvern, opphavsrett, ytringsfrihet.

00:52:32

Vi snakker da om det etiske handlings direktivet har blitt blid å være gangs menneske.

00:52:39

Relaterte emner som kildekritikk, nettverk og digital mobbing.

00:52:44

Og forsvarlig bruk å være i stand til å håndtere både etiske og mellommenneskelige dimensjonene og holde seg innenfor lovens grense.

00:52:52

Jeg mener det at dette er et veldig stort område egentlig prosessområde, og som jeg mener er har altfor instrumentalistisk formulering, rett og slett fordi at den mister den dimensjonen som er det. Det er litt pussig, er nå mye mer.

00:53:07

Men la oss.

00:53:08

Se litt på.

00:53:09

Noen eksempler her?

00:53:10

Dette er fra kunnskapsløftet, og her har jeg uthevet det som har med digital dømmekraft å gjøre.

00:53:19

Og dette er da hvordan en?

00:53:24

Digital altså hvordan de tar dømmekraft, er implementert i samfunnsfag.

00:53:34

Og det er.

00:53:35

Ja skal gå på neste, og dette er da knyttet til kompetansemål etter syvende trinn. Det er utforskeren det er da til å finne og trekke ut samfunnsfaglig informasjon. Besøk i digitale kilder, vurdere funnene og følge regler for nettvett og nettet.

00:53:54

Og så er det da å kunne bruke digitale verktøy til å presentere samfunnsfaglig arbeid og følge regler for personer og opphavsrett.

00:54:01

Fra Norsk er det særlig da å kjenne til oppkast rettslig regler for bruk av kilder.

00:54:10

Dette er eksempelet hva elevene skal kunne.

00:54:13

Og som dette sier igjen om skolen og lærerne, ansvar og forpliktelser og behov for kompetanse.

00:54:25

Dette er kanskje å slå inn åpne dører, men altså undervisning og veiledning.

00:54:28

Av barn.

00:54:30

Krever ganske kompetanse, og jeg.

00:54:33

Det er kanskje. Jeg tror kanskje for mye for langt at altså har vært innom og kompleks disse digitale mediene her, hvordan det fungerer sammenheng, og det er kanskje mye som legges opp på læreren, men for å få en.

00:54:44

Undervisning og veiledning barn, men det kreves faktisk kompetanse som både de tekniske, de sosiale og juridiske sidene av bruk av digitale mediene.

00:54:53

Ikke mer enn mindre, og den andre er at skolen har da en viktig, veldig viktig oppgave for det at for mange barn, så er dette her den primærområde hvor slik kunnskap og hvor systematisk opplegg kan finne sted.

00:55:08

Altså mange barn har ikke hjemmeforhold så eller foreldre som er i stand til å veilede det II dette landskapet.

00:55:17

Og en annen utfordring er det at lærerens kompetanse i privat bruk kan er i. De opplever at det er vanskelig å overføre den til en profesjonell kontekst.

00:55:28

Jeg har undervise altså en lærer kan være ha en god forståelse av personvernet. God forståelse av av nettvett og kildekritikk alt dette her. Men det å overse oversette dette til et forståelig didaktisk for å undervise barn er en krevende øvelse.

00:55:49

Og det siste er det.

00:55:50

At så lenge vi har temaer som digital kompetanse. Digital dømmekraft er knyttet til spesifikke fag i skolen, kan det også tiden være en utfordring.

00:56:03

Og jeg føler det at.

00:56:06

Kanskje den største misforståelsen knyttet til barn og ungdom og digitale medier er betydningen av det de bærer. Digital innfødt digital native, spesielt i forhold til digital.

00:56:15

Kraft altså det er i forhold til navigere og forstå hvordan mediene fungerer. I sammenheng fungerer disse prosessene på nettet, hvordan personvern er til kjøp, salgs og kjøp på nettet.

00:56:28

Altså, det har vi voksne store problemer med å forstå rekkeviddene. Og det er naturlig at barn har enda dårlig forutsetning for å kunne forstå det.

00:56:41

Noen kolleger av meg gjorde en liten undersøkelse som refererte til i den boken antologien som jeg viste innledningsvis, og det de er lysene sitter der gjever og jølstad og misnøyd, og det er hvordan lærerne forstår.

00:56:58

Digital dømmekraft.

00:57:01

De har da 2 tilnærminger eller outsourcing.

00:57:04

Bruk av eksterne krefter som eksperter.

00:57:07

Man inviterer da en en halv dag samler alle elevene i aulaen, så kommer da en ekstern foredragsholder og og snakker om dette.

00:57:18

Og lærerne får da en tick off. Nå har vi vært igjennom dette.

00:57:22

Men innhold fornyes ikke alltid. Det er alltid. Det er ikke alltid progresjon.

00:57:28

Og kanskje ikke like god løsning for skolen.

00:57:34

Det er også et som jeg sa.

00:57:35

Det blir litt.

00:57:36

Det blir alibi for at nå har vi håndtert denne saken.

00:57:39

Og kompetansen eies ikke av lærerne. Den er et den den eksperten som kommer utenfra.

00:57:45

Og ja.

00:57:50

Den andre tilnærmingen er brannslukking. Det skjer noe i skolegården enn det skjer. Det skjedde noe på vei hjem fra fra skolen i går.

00:57:58

Tar det opp i timen?

00:58:01

Og det er litt sånn. Det er mange de hendelsene som ligger da grenseland mellom skole og fritid, selvfølgelig.

00:58:06

Og skolen har selvfølgelig så dyre for å ta tak i hva som kalles et tradisjonell mobbing.

00:58:13

Men ja.

00:58:15

Det vanskelig å ta tak i det som skjer på digitale plattformer. Ja også konsekvensen av en sånn til og med at man mangler kontinuitet. Man får da ikke.

00:58:24

En systematisk tilnærming til dette tematikken overfor elevene.

00:58:30

Og lærerne har også sine utfordringer, og jeg skal vise et ganske godt eksempel på det kan man si, at det er gode intensjoner. Jeg skal være litt forsiktig med å være for detaljert industri meg apropos personvern.

00:58:45

Det er det dere ser en gutt som ligger på gulvet med pulten sin med beina oppe på pulten.

00:58:54

Guttungen er vel en tredje fjerde klassing. Hvis jeg husker riktig, ikke så veldig unormalt messig, men det som skjer her der er at læreren tar fram sin iphone.

00:59:05

Knipser bildet av guttungen sende bildet hjem til mor for å dokumentere sånn sånn kan vi ikke ha det dere.

00:59:13

Og den sendes da på mail?

00:59:16

Og det som skjer, er det at.

00:59:19

Hun læreren bruker sin private telefon. Mor aner ikke hvem andre har fått dette bildet.

00:59:28

Hvordan blir dette bildet slettet? Hvor lenge blir det liggende på telefonen og i den digitale verden? Så snakker vi ikke om kopier det er det er kloner identiske kloner av, altså kvaliteten forringes ikke.

00:59:43

Så fikk jeg dette bildet av mor på epost, og så tok jeg åpnet det i photoshop og gikk på metadataene eller kanskje litt uklart, men altså på altså det PS posisjonering har jeg da markert bort selvfølgelig, men her har jeg da nøyaktig hvor i verden dette har skjedd på en nøyaktig.

01:00:04

Tid på det nesten på sekundet.

01:00:07

Og jeg har også til og med data om hva slags kamera der.

01:00:11

Og dette bildet fra gjelder rundt og sånn praksis altså at dette er uvitenhet.

01:00:18

Og det er kanskje dette bildet da er jo man ser ikke ansiktet guttungen, så går det noen 20 år og.

01:00:24

Så dukker dette svar.

01:00:25

Har de da reunion fest på på skolen, og så er det en annen. Så tar du dette med moro moro sak.

01:00:31

Man har overhodet ikke kontroll.

01:00:39

Lærerne er sikkert gode intensjoner, men dømmekraften synes jeg det står dårligere til med.

01:00:50

Så digital dømmekraft i lærerutdanningen.

01:00:56

Vi har.

01:00:58

Hvert fall. Så lenge jeg har jobbet her, vært og kollegaen min har sittet i personvern evne, så vi har vært opptatt av dette hele tiden med å integrere, altså temaer som personvern, opphavsrett, kildekritikk og nettvett inn i undervisningen var jo at gjesteforelesere fra Datatilsynet, Røde Kors, politiet og Redd Barna.

01:01:24

Og så har vi hatt det som en obligatorisk del i undervisning for fjerde året. Gammel ordning altså lærerutdanningen har blitt femårig, så jeg skal straks.

01:01:32

Komme tilbake til det.

01:01:35

Men, dette er noe som vi har da har integrert i undervisningen.

01:01:40

Med særlig fokus på at de skal straks ut i skolen.

01:01:44

Så er det.

01:01:45

Da ny lærerutdanning og det der står det altså. Det er faktisk grunn til optimisme, fordi at i den nye femårige lærerutdanningen så er det mye tydeligere føringer for enn tidligere for fag gjennom hele studieforløpet.

01:02:03

Utfordringen vi har frem til nå er etterhvert mangel på eksplisitte krav om om didaktiske pedagogisk bruk av ikt, og det har vært et ja for å si det ikke så veldig godt samsvar mellom læreplanen for grunnskolen og og og lærerutdanningene.

01:02:22

Likevel, så er det sånn at.

01:02:27

Både skolen og lærerutdanningen mangler fremdeles et tydeligere skift fag som har et dedikert ansvar for en systematisk opplæring.

01:02:36

Og i skolen har løst problemet med å kompetansemål for bruk av digitale verktøy i hvert enkelt fag.

01:02:45

Mens lærerutdanning, organisert i fagseksjoner og har frem til nå da manglet da et tverrgående perspektiv.

01:02:53

Denne modellen her skal leses fra bunnen og oppover. Dette er førsteårsstudentene, og dette er da noe som vi kaller den. En av de gjennomgående søyle ved hele studieforløpet knyttet til digital kompetanse.

01:03:06

Og som du kan se, så ligger da temaer som digital dømmekraft ligger inn på de alle årene som som er studenter og i forbindelse med vi skrev fagplaner for nye femårige lærerutdanningen, så har vi også fått skrevet inn dette i på læringsutbyttebeskrivelsen, nivå på inn på fagene, så jeg er sikker på at dette dette temaene er blitt ivaretatt.

01:03:32

Yes snart ferdig. Jeg sa at vi hadde utviklet den eller videreutviklet det prosjektet vi lærerutdanning, lærere.

01:03:44

Etter digital kompetanse til et internasjonalt prosjekt, og det har vi fått partnere med oss fra fra valente vet om det Valencia.

01:04:03

Med en gang det begynner, så har vi en spørreundersøkelse, hvor vi måler blant annet ferdigheter ved undersøker ferdigheter, holdninger til.

01:04:14

Bruk i egen.

01:04:15

Ja og elevers læring samt digital dømmekraft.

01:04:20

Og denne vi har kjørt allerede en pilotundersøkelse for i fjor i høst 2017 og det som er helt klart er det at.

01:04:30

Det gjelder på tvers av alle institusjonene er at studentene vurderer sin egen kompetanse som bedre enn det den reelt sett er.

01:04:40

Men det vi skal gjøre ut av dette her er det at vi skal, og når vi da vi skal ta kjøre da det undersøkelsen som på første året og så.

01:04:47

Tar vi da opp igjen 3 år senere når de studentene kommer i tredje året, så kjører vi da en tilsvarende undersøkelse, og på den måten kan han kan vi få noen indikasjoner om det er hva slags utvikling?

01:04:58

De har vært har.

01:05:00

Vært gjennom de 3 årene og 3 årene, altså folk, altså ungdom modus og uten utdanning holdt jeg på å si altså, men vi kan likevel gi en indikasjon på om de har lært noe oss eller ikke.

01:05:15

Ut av prosjektet skal vi da få da en en metode da for å kunne integrere digital kompetanse til lærdommen? Det er prosjektleveransen til til til vi til rasmus.

01:05:27

Ja, jeg tror jeg hopper over den. Jeg.

01:05:29

Så er det spørsmål, men det skal.

01:05:30

Vi til etterpå? Ja.

01:05:38

1000 takk skal du ha. Det er veldig interessant å høre om hvordan skolen skal følge med i den raske utviklingen som er og.

01:05:50

Og spennende med det prosjektet som er i gang da, så takk skal du ha bare Ketil? Nå har vi Karoline tømte fra.

01:05:58

Utdanningsdirektoratet her er seniorrådgiver, der har bakgrunn som medieviter, og hun har jobbet også i mange år med problemstillinger knyttet til nettopp sosiale medier og digital dømmekraft som nettopp har blir snakk om her, og hun skal dele perspektivene som utdanningsdirektoratet har rundt det med utvikling av digital kompetanse. Vær så.

01:06:21

God takk og takk for invitasjonen. Jeg vet Karoline og jeg kommer fra utdanningsdirektoratet og det.

01:06:28

Har gjort siden 1. Januar fra fusjonerte senter for ikt i utdanningen med utdanningsdirektoratet. Så det er.

01:06:33

Der jeg kom fra tidligere?

01:06:34

Og så har jeg vært hjemme i barselpermisjon.

01:06:36

Så nå er.

01:06:37

Jeg liksom 3 uker tilbake på.

01:06:39

Jobb og det er liksom enda nyere. Jeg skal snakke litt om.

01:06:46

Skolens rolle, men også litt sånn om om alle voksnes rolle.

01:06:51

For jeg vil påstå at barn og unges digitale dømmekraft. Det er voksnes ansvar. Vi kan ikke forvente, at de barna skal skaffe seg den kompetansen.

01:07:00

På egen hånd uten å få veiledning fra voksne.

01:07:07

Og så fikk jeg en sånn liten setning om om temaet. Og hvem skal lære barn og unge digital kompetanse knyttet til den kommersielle delen av internett?

01:07:17

Er det skolens oppgave eller kan vi overlate det til foreldrene og da vil?

01:07:23

Vel jeg si.

01:07:24

At svaret er ja takk begge deler.

01:07:27

Og så har jeg veldig glad for at jeg er sist, fordi da kan jeg liksom bare vise til alle innleggene som har vært.

01:07:32

For hvis du trenger.

01:07:33

Ikke å bruke tid på å gå gjennom alle de tingene, men men vi snakker om den kommersielle delen av.

01:07:40

Internett. Hva er?

01:07:41

Det vi har fått mange eksempler på det tidligere markedsføring, direkte reklame, sponing av innlegg i sosiale media.

01:07:49

Men som første innleder var inne på, så finnes det også andre.

01:07:55

Kommersielle deler altså dette med innsamling av personopplysninger, for eksempel som er en kjempestor sak, og som det selv om det ikke er knyttet liksom direkte kjøp og salg av penger nødvendigvis til, så er det personopplysninger som er ofte kalt liksom fremtidens valuta eller den viktigste valutaen.

01:08:14

Så svaret mitt er jo ja takk. Begge deler gjerne i skolen og gjerne foreldre. Vi har en tjeneste som heter du bestemmer ditt nå som nå.

01:08:24

Utdanningsdirektoratet driver sammen med Datatilsynet, og her ser dere jo at under denne fanen voksne som er markert, så har vi en egen fane for lærere og andre spesifikke grupper andre, men det er det andre profesjonelle voksne og.

01:08:36

Så er vi.

01:08:36

Skoleeiere og skoleledere og foresatte.

01:08:39

Og grunnen til at vi har gjort det på den måten er jo fordi at vi mener at alle disse voksne gruppene har en rolle når det gjelder å lære barn og unge digital dømmekraft.

01:08:48

Og så kan vi jo si at.

01:08:50

Skolen har en formål rolle, fordi det er et ansvar som er pålagt dem, og så når vi kommer til foreldrene selv, hva kan vi pålegge? Foreldrene skal si litt mer om det etterpå.

01:09:03

Det har vært sagt mye om barn og unges nettprosjekt. Dette er tall fra barn og medier 2018. Den siste undersøkelsen som jeg synes er interessant, det øverste tallet det.

01:09:11

Det øker for hver undersøkelse 95% er 9 til 16 åringer har smarttelefon og når det gjelder telefon altså en mobiltelefon så er tallet 99% og 87% av nita elleveåringer. 97% av 12 til 14 åringer har en smart telefon. I tillegg så vet vi at de har tilgang til nettbrett og datamaskiner og bare laptop og mange andre dingser som har tilgang til internett.

01:09:41

Og 79% av 9 til 18 åringer i undersøkelsen oppga er det brukt sosiale medier Dagen før de ble spurt, og 30% hadde brukt i 2 timer eller mer. Og så ser vi også når vi ser på.

01:09:52

Aktivitetene de utfører.

01:09:53

Så er det jo de samme tingene som vi gjerne bruker mobilen til eller internett til. Mye av det er fritidsbåt basert, men også mye som er skole.

01:10:03

Basert, og når det er sånn at skolen også bruker en del tjenester som er kommersielle, og som kanskje som er utviklet for andre formål, så må vi også se på ikke bare den lærings bruken, men.

01:10:18

Også hvordan bruken av verktøyene påvirker elevene for dette er bare et eksempel på på en innhold hentet fra du bestemmer dott no som handler om den kommersielle delen. Digitale spor hvordan vi legger igjen personopplysninger.

01:10:38

Så så jeg det at skolen har et formalisert ansvar. Læreplanverket er skolens ansvar ved opplæringsloven, som sier noe om hvordan skolen og opplæringen skal gis.

01:10:51

Vi har den overordnede delen av læreplanen, som tidligere har generell del av læreplanen som ble endret. Det var.

01:10:57

Ofte vi har de grunnleggende ferdighetene som bård veinavn. Det finnes 5 grunnleggende ferdigheter, den ene er digitale ferdigheter. De ble også endret ved årsskiftet.

01:11:07

Så beskrivelsene er noe annerledes nå, og så har vi læreplanene i fag som har konkrete kompetansemål ned på hva elevene skal lære pågår det akkurat nå et kjempestort arbeid med fornyelse av læreplanverket som kalles fagforum.

01:11:23

Hvor da denne nye delen og arbeidet med grunnleggende ferdigheter er nødt til det, og så jobbes det nå med å utarbeide kjerneelementer i fagene som skal gå inn i fagene, og dermed vil det også komme nye læreplaner i fag som jeg synes er bra fordi at nå er liksom momentet inne til at vi kan få inn enda mer spesifikke kompetansemål i fagene om hva vi mener at elevene bør lære i skolen om også den kommersielle delen av internett.

01:11:49

Ja så tatt med noen noen av de. Hva skal jeg si argumentene for? Hvorfor skolen har som oppgave å jobbe med digital dømmekraft og digitale hjemkraft er jo veldig mye mer enn bare dette med det kommersielle eller markedsføring og sånn sånn at noen av disse punktene er mest relevante når vi snakker om skolemiljø, uønskede digitale hendelser, mobbing, sånne ting og når du har formålsparagrafen som sier at på skolen så skal ungene lære å mestre livet.

01:12:16

Sine, og når vi vet som noen av de tallene viste at veldig mye av livene foregår på nett, så er vi også nødt til å gi dem kompetanse sånn at de kan mestre det som skjer på nett fordi at det er like mye.

01:12:26

Livet som det som skjer utenfor.

01:12:30

Og så er dette en kjempestor tekstbok som ikke dere trenger å lese hele, men dette er hentet fra det som nå heter overordna del av læreplanen som tidligere var generell del som på en måte ligger og skal dekke liksom alt i læreplanen alt elevene skal lære. Og da er det satt ut 3 tverrfaglige emner som liksom skal gjennomsyres i fagene.

01:12:52

Folkehelse og livsmestring er det ene demokrati, og medborgerskap er det andre og bærekraftig utvikling er det tredje. Men jeg synes veldig beskrivelsen er veldig fin, og så når vi snakker om digital dømmekraft fordi det handler om livsmestring, og som deres undersøkelser som viser veldig godt at det barn og unge gjør på nett og få konsekvenser for syken for helse for seg.

01:13:15

Bildet så at disse tingene som som ramses opp her i barne og ungdomsårene og utvikling har blitt positivt selvbilde og en trygghet identitet, særlig avgjørende.

01:13:24

Ja, men da må vi også sørge for å inkludere det som skjer på nett og nettopp det her en kroppspresset og skjønnhetspresset og og kjøpepresset som som sosiale medier også tar med seg.

01:13:38

Slå på noen eksempler på på hvilke argumenter vi kan bruke for at skolen skal lære elevene om digital dømmekraft.

01:13:45

Og så er dette også en kjempe hentet fra fra rammeverk for grunnleggende ferdigheter. Bare for å vise dere at innenfor disse altså digitale ferdigheter er en av 5 og innenfor digitale ferdigheter finnes det også 5 områder, og så er det den nederste her som heter utover digital dømmekraft som er mest.

01:14:05

Knyttet til det jeg snakker om nå, men vi har også dette med å finne og behandle informasjon, vurdere informasjon fra ulike kilder.

01:14:12

Er dette en privat avsender, er det reklame i senter for ikt i utdanningen har gjort undersøkelser i mange år som heter monitor, og vi undersøker de digital tilstandene i skaren, og da viser dataene at veldig mange barn og unge klarer ikke å se forskjell på hva som er betalt.

01:14:32

Annonsering, hvis man googler noe før.

01:14:36

Og får opp en lang liste med søketreff. Hva er det som er betalt? Hva er det som er høyt opp fordi det er god kvalitet? Mange av leste sånn at bare å vite forskjell på innhold også er en del av det.

01:14:51

Ja, så er vi helt ned på eksempler på kompetansemål i fag. Dette er hentet fra programfag på Vegard en i helse og oppvekstfag.

01:14:59

Så det er ikke et fellesfagene, men bare et eksempel på hvor spesifikt det er også er inne i læreplanen. Dette med knyttet til sosiale medier.

01:15:10

Og så er det dermed. Hva med foreldrene da? Hva kan vi liksom pålegge? Foreldre kan tenke at OK, hvis man har barn, så er det kanskje innlysende at man bør sørge for å ta vare på dem og lære.

01:15:19

Dem det man.

01:15:20

Kan og gi dem de beste verktøyene for å for å klare seg godt i livet.

01:15:26

Og det er jo absolutt sånn at foreldre er rollemodeller, og at mye av det foreldre sier kanskje ikke plukkes opp, men det deres adferd speiles. Så det handler også om å gjøre de gode valgene som voksen.

01:15:43

Så dette er hentet derfra den foreldresiden på du bestemmer hva ligger ressurser også for å øke foreldrenes kompetanse for å hjelpe dem til å til å kunne være gode veiledere for sine barn.

01:15:56

Og så er det litt sånn at undersøkelser viser at blant annet barn i medier fra Medietilsynet vi stiller at foreldre viser betydelig mye større interesse og bruker mye mer tid på barns fritidsaktiviteter som er sånn type korps fotball.

01:16:11

Kor speideren enn de gjør ved å vise engasjement og nysgjerrighet for barn og unge på nett. Og så vet vi at barn og unge bruker mye mer tid på nett enn de bruker på fotballtreningen eller i korpset. Sånn at det er en helt klar mismatch mellom foreldrene og barnas.

01:16:29

Hva skal jeg si tidsbruk?

01:16:30

Og og forståelse av hva som er viktig.

01:16:36

Dette er også fra barn og medier. Undersøkelsen for 2 år siden, hvor hvor Medietilsynet har bønn. En foreldreundersøkelse også hvor de spurte foreldrene om deres forståelse og oppfatning av barnas bruk. Og jeg synes den er veldig interessant. Det er 2 år siden så mye har skjedd, men allikevel så vet jeg ikke helt om det har skjedd så mye og 75% av de foreldrene.

01:16:57

Som ble spurt.

01:16:58

Oppga at de opplevde at det var mye av reklame og markedsføring som var rettet.

01:17:02

Mot barn og unge.

01:17:03

Men at det primært var på tv.

01:17:06

Og at betrakte litt der.

01:17:07

Jeg mente, at det foregikk på nettsider sosiale medier.

01:17:10

Spill Apple, kino eller blogger?

01:17:12

Hvor jeg deres undersøkelser har bevist det motsatte, så trenger ikke å bruke veldig mye tid på å argumentere om dette er sant eller ikke.

01:17:19

Men det er også noe med sånn veldig ofte. Så så når jeg er ute og snakker så liksom hvert fall hvis jeg foret til stede vis engasjement ikke bare.

01:17:31

Tenk på mobiltelefonen eller skjermen som liksom det er et eller annet som skjer.

01:17:35

Der hva er det?

01:17:36

Du gjør hvis.

01:17:36

Hvis du kommer hjem fra å ha vært ute enn der, så spør du kanskje hvor har du vært på fotballtrening eller var det en kompis i dag? Hva gjorde dere?

01:17:44

Akkurat det samme burde gjelde.

01:17:45

Når vi snakker om hva som?

01:17:46

Skjer på nett og at forholdet kanskje lett for å være sånn.

01:17:50

Ja, men det er et eller annet som skjer.

01:17:52

Inni der burde du.

01:17:53

Ikke gå ut og være sammen med venner som var.

01:17:54

En sånn frase.

01:17:55

Min mor lurte av seg til broren min for tjuetredve år siden. Hva var det sammen med venner? Det var bare at han satt og spilte og snakket med dem.

01:18:03

Han var ikke fysisk samme rom, så det.

01:18:05

Er noe man være forståelsen av?

01:18:07

Av av hva som skjer i de ulike kanalene.

01:18:13

Så da.

01:18:16

Når foreldrene ikke har den kompetansen de trenger for å gi barna den kunnskapen de har behov for, hva gjør vi da?

01:18:27

Og det er jo derfor. Jeg tenker også at skolen har en veldig viktig oppgave. Skolen har et mandat til å utjevne forskjeller, sørge for at alle barn får de samme mulighetene, får den samme kompetansen og med tilgang på verktøy.

01:18:40

Det er flere og flere skoler som sørger for en til en på utslippsfronten til elever. Sånn at ikke det er avhengig av økonomi, for eksempel.

01:18:52

Og så har man jo vært veldig fornøyd og opptatt av at liksom det.

01:18:56

Er jeg ikke sikker på det spesifikke tallene, men det er sånn det er 97% har internett i Norge.

01:19:01

Bredbånd trådløst alt det er liksom. Det er ikke noe vi er så høyt på toppen. Ok, men hva med de?

01:19:06

3 prosentene som.

01:19:07

Ikke har det de barna som ikke har mulighet til å skaffe seg den kompetansen ikke har mulighet til å bli like flinke.

01:19:13

For det viser jo også EU kids online stor asterisk undersøkelse at for å få digital kompetanse for å klare seg godt på.

01:19:21

Han har møtt, så må man øve, og det er helt logisk øvelse mester, selvfølgelig blir man ikke flink av.

01:19:27

Å ikke få på.

01:19:29

Og det å prøve seg fram i trygge omgivelser med god veiledning både fra skolen og fra foreldrene og fra alle trygge voksenpersoner, så vil man ha bedre forutsetninger.

01:19:38

For å klare seg.

01:19:39

Og så vet vi også at de barna som er sårbare de er så ekstra sårbare på nett, så det bare forsterker seg.

01:19:49

Så det synes jeg.

01:19:49

Er viktig at alle voksne tar det ansvaret.

01:19:54

Og utfylle hverandre, så er det jo litt sånn. Det krever en landsby for å oppdra et barn, og det gjelder på alle punkter.

01:20:01

Og så er det sånn at skolen er jo ikke bare lærerne i klasserommet. Det er jo det hele laget rundt eleven sånn at man har aks eller skolefritidsordningen.

01:20:09

Man har for eksempel jobber i kantina når man når vi jobber med skolemiljø og mobbing for eksempel, så er alle disse personene veldig viktig fordi at man ser ulike perspektiver og har kanskje puslespillbiter som kan sette sammen at man får et et.

01:20:26

Helt bilde.

01:20:29

Og jeg synes jo foreldrene.

01:20:30

Er på en måte har.

01:20:32

Hvis vi sender innsikt.

01:20:34

Eller de er enige i, at de har en del av ansvaret, og de mener.

01:20:38

Også at at.

01:20:39

Skolen og andre voksenpersoner har et ansvar for å lære barn og unge om trygg bruk og sørge for at de får gode opplevelser på nett.

01:20:50

Og det er.

01:20:51

Fint fordi når man spør om ungene selv.

01:20:54

Så er det akkurat det samme. De sier her oppe den grønne jenter og den gråe gutter. Hvis ikke jeg husker helt feil, så er det ramlet bort.

01:21:04

Men, barn og unge vil veldig gjerne lære om trygg bruk om det å være på nett og lære nettvett av voksne de stoler på.

01:21:10

Det er skolen og det er mamma, og det er pappa, og de tallene er høyere. Jo yngre ungene her sånn at det er liksom litt der et kjempe vidåpent vindu til å ta ta den muligheten for ungene når de er små og gir dem kompetansen starte bruken sammen med ungene og veiledet dem for det.

01:21:31

Før det på en måte er for sent. Når du blir eldre, så vil de gjerne finne ut av det selv.

01:21:34

Det vil spørre venner og de finne ut av det på internett. Men men jeg synes det er så fint at det eldste ungene fortsatt den vil ha den hjelpen som voksne har å tilby.

01:21:48

Så vi har jo laget denne tjenesten den.

01:21:49

Er feiret 10.

01:21:50

Årsjubileum i fjor, så da er.

01:21:53

En 11 år i bøy år.

01:21:56

Som handler om personvern, nettvett og digital dømmekraft og disse tilnærming strategiene som bare nevnte. Så hvordan jobber man med digital dømmekraft?

01:22:05

Enten er det outsourcing, eller så er det brannslukking og jeg kjenner veldig godt til begge fordi jeg blir kontaktet gang på gang på gang av scorer kommuner og også i økende grad som foreldreutvalg. Vi får masse henvendelser fra liksom med fotballtrenere, hesteklubb ben det her.

01:22:25

Alle var.

01:22:27

Noe som er i kontakt med barn og.

01:22:29

Har ansvar for.

01:22:30

Barn som føler at de har her, er et.

01:22:32

Eller annet, vi må liksom gripe fatt.

01:22:35

Og dette med den der outsourcing strategien også, som føler det veldig mange som som føler at dette er ikke noe jeg kan snakke om. Jeg kan ikke nok om det.

01:22:43

Og selv om vi har laget denne ressursen som vi tenker at her er.

01:22:46

Liksom et verktøy.

01:22:48

Til å gi den kompetansen sånn at de kan gå ut og formidle videre, så er det mange som tenker litt om. Jeg kan ikke noe om det ungene kan så mye mer.

01:22:57

Og det er jo kjempefint, for ikke sant? Alle trenger ikke å kunne det samme, så det å snakke med.

01:23:01

Ungene og få.

01:23:03

Få veiledning tilbake være hva er det du gjør her?

01:23:06

Hvordan funker det egentlig? Hva er det?

01:23:08

Meningen å nei nå, nå må jeg da.

01:23:10

Ut for det er ikke bare barn og unge som.

01:23:13

Gjør feil, det er alle.

01:23:16

Og dette med rollemodeller, altså hvis man tar en titt i et hvilket som helst kommentarfelt, så kan man jo av og til miste troen på menneskeheten. Det er ikke rart at at barn.

01:23:24

Og unge også.

01:23:26

Em havner i uheldige situasjoner til tider.

01:23:30

Og så var det så vidt nevnt her at det kommer jo eller da er nå innføres ny personvernlovgivning for Europa personopplysningsloven utgår og den nye DR general data protection regulation tar.

01:23:46

Og da blir det også mye sterkere.

01:23:49

Regulering når det gjelder aldersgrenser for barns bruk av sosiale medier. Sånn at der vil man også kunne få litt hjelp til nettopp det her med å regulere reklame og markedsføring, for eksempel for noe av problemet er jo at hvis man er 9 år og registrerer seg på Facebook og sier at det er over 13, så tror Facebook at du er over 13.

01:24:07

Da vil du få servert innhold som passer til en trettenåring?

01:24:09

Ikke en.

01:24:09

Elleveåring sånn at det finnes jo noen mekanismer?

01:24:16

Jeg tror at jeg avslutter der, for da er klokka 10.00.

01:24:20

Takk for meg.

01:24:27

Tuten takk skal du ha nå gikk tidene raskt mot klokka 10.00. Hvis det er noen raske spørsmål fra salen, så tar vi det nytt. Da må det kaste dere frampå.

01:24:47

Hei, jeg heter ingen på krangel. Du kan ikke si litt om. Vet dere noe om hvor mye du bestemmer siden blir brukt?

01:25:00

Ja, det vet vi. Den blir veldig godt.

01:25:03

Brukt vi har gjort både liksom brukerundersøkelser for å få liksom tilbakemelding på hvem.

01:25:11

Hvem er disse folka? Vi har laget den for skolen, så det er liksom det. Vi tenker at det skal være, men det er også veldig mye. Helsesøstertjenesten. Konfirmasjonsundervisning politi.

01:25:25

Foreldrerepresentanter, men veldig mye lærere da. Og så har vi også god statistikk på liksom hvilke deler av ressursene som blir brukt når på døgnet.

01:25:38

Og det vi ser på tallene er jo at hvis vi ser på en uke for eksempel, så piker det sånn på tirsdag onsdag.

01:25:44

Kanskje sånn midtuke lørdag er det helt dødt, men søndag kveld begynner å ta seg opp. Gjennom undervisningen skal planlegges. Bruken er absolutt høyest mellom 8 og 2 midt i skoletida.

01:25:57

Og nå husker jeg ikke helt, vi har.

01:26:01

Cirka 50.000 brukere tror jeg vi har hatt.

01:26:05

Så langt i år.

01:26:07

Så det er ja, så det er veldig gode tall, og så vet vi jo ikke noe om. Altså. For denne ressursen er jo også laget for bruk i klasserommet. Sånn at hvor mange personer som ser den på en måte som det er en lærer som står der, og så har du liksom alle skolens elever, eller om det er alle skolens lærere eller sånn sånn.

01:26:26

At, det vet vi ikke så mye om, men så har vi også fram til årsskiftet nå sendt ut trykte hefter undervisningsår.

01:26:34

Løfter, fordi vi vet at tilstanden på skolen ikke er god nok til at alle kan sitte med med nettoppe, og det har også vært sånn rundt 30.000 hefter i året som har vært sendt ut så.

01:26:49

Er det noen spørsmål til de andre innleggene som har vært? Det er flott om det andre som har hatt innlegg vil komme opp, i alle fall for sent.

01:27:05

Og da.

01:27:06

Jeg sitter egentlig inne med fryktelig mange spørsmål, men det får vi ta neste episode av på dette. Her er absolutt et aktuelt tema som vi fortsetter med, og alle de jobber jo med både prosjekter og forskning som vil komme flere resultater på snart og da håper vi at vi kan få støtte diskusjonen, så 1000 takk skal det ha. Vi har en liten gave til hver og en av dere som takk.

01:27:36

Takk takk takk takk.

01:27:40

Takk takk takk.

01:27:44

Og så nå tar samsvar en velfortjent sommerferie, men vi er tilbake til høsten, og da er det i siste uken i august, og vi vi fortsetter med tema som handler om barn og unge, og da er det skolemiljøet det kommer til å.

01:28:02

Handler om det handler om at ingen burde bli mobbet i skolen, men likevel skjer det hver eneste dag. Det som har fulgt med i media har sikkert sett at det har vært forskning ut i fra Oslo met på disse temaene den siste uka, og vi har bøker ute på dette nå.

01:28:21

Og da får vi blant annet innlegg fra ingunn marie Eriksen og selma lyng, som har skrevet om dette. Så følg med, så så kommer det informasjon om det.

01:28:32

Når svar i august, og vi har også invitert barneombudet, så vi håper at hun kommer inngår BIR eng den nye barneombudet, så da kan det bli en spennende diskusjon og ny innsikt på det temaet. Så takk for i dag og takk til dere som følte oss via nett tv også.