

UNIVERSITETET I BERGEN

*Institutt for administrasjon og organisasjonsvitenskap*

**AORG350**  
**Masteroppgave**

## **Politisk utvikling i digitale medier**

**En komparativ casestudie av retusjert reklame og influencerbarn**

---

**Amalie Haugen Raa**

**VÅR / 2022**

## Forord

Med denne oppgaven avsluttes masterstudiene ved Institutt for administrasjon- og organisasjonsvitenskap ved Universitetet i Bergen. Gjennom universitetet har jeg fått mange minneverdige opplevelser som gode forelesninger, SV-revyen og utveksling. Prosessen har vært lærerik på mange plan, og jeg er takknemlig for muligheten.

En stor takk rettes til min veileder, Martina Vukasovic. Våre samtaler har vært motiverende, inspirerende og lærerike. Jeg føler meg utrolig heldig som har hatt en sterk støtte og en veileder som har lært meg å reflektere på nye måter.

Takk til forskningsgruppen Kunnskap, politikk og styring, for gode innspill og tilbakemeldinger underveis i prosjektet, til informantene som har delt av sin tid for å stille opp med gode refleksjoner og perspektiver og til den fine, inkluderende gjengen på Sofie Lindstrøms hus.

Takk til min rause familie og gode venner som har stilt opp gjennom heiarop, barnevakt og korrekturlesning.

Til slutt vil jeg takke mine små hjerter, Eugen og Alfie, for den sterkeste motivasjon, og min store kjærighet, Reshad, for uvurdelig støtte og innsats.

Amalie Haugen Raa

Bergen 15. juni 2022

## Sammendrag

Innenfor lignende kontekster prioriteres samfunnsfenomen i ulik grad. Visse tilfeller er kontinuerlig aktuelle og befinner seg på den politiske agendaen over lange perioder, mens andre eksisterer i samfunnet lenge før politisk handlingskraft blir synlig. Gjennom dette forskningsprosjektet vil fenomenet politisk utvikling studeres, særlig agendasetting og problemdefinisjon som en identifiserbar start på den politiske prosessen.

En kombinasjon av MSF og ACF benyttes som teoretisk rammeverk. Essensen av rammeverket ligger i nøkkelkonseptene politisk-orientert læring, tvetydighet, eksterne forstyrrelser og tidsmessig rekkefølge, som også benyttes for operasjonalisering av teori og analyse av datagrunnlag. Studien beskrives som en kvalitativ komparativ case studie. Den består av to caser som sammenlignes for å studere hva som utgjør likheter og forskjeller mellom dem. Den første casen omhandler merking av retusjert reklame. Debatten førte til lovendring ved markedsføringsloven. Den andre casen omhandler barn av influencere. Sentralt for casen er oppfatningen av samfunnsfenomenet og barnas rettigheter ved deltakelse i profesjonelle influencerkontoer på sosiale medier.

Forskjellige utfall av den politiske prosessen innenfor lignende kontekst kan forklares gjennom nøkkelkonseptenes forhold til hverandre. Den tidsmessige rekkefølgen av prosessen er fremtredende. Dersom eksterne forstyrrelser forekommer vil det kunne bidra til å etablere et informasjonsgrunnlag, som igjen kan benyttes som politisk-orientert læring. Gjennom læring reduseres tvetydighet, og folkemeningen kan formes gjennom etablerte perspektiver på en sak. For høy grad av tvetydighet vil igjen kunne forhindre etablering av de andre konseptene i den politiske prosessen. Det vil si at nøkkelkonseptenes forhold til hverandre er svært sentralt for forskningsprosjektets slutninger

## Innhold

Kapittel 1: Innledning.....	2
1.1 Bakgrunn og kontekst.....	2
1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål.....	4
1.3 Teoretisk og metodologisk tilnærming.....	6
1.4 Oppgavens disposisjon.....	6
Kapittel 2: Litteraturgjennomgang.....	7
2.1 Den politiske prosessen.....	8
2.2 Tilnærminger til politikk.....	9
2.3 Tre modeller for politikktutforming.....	10
2.3.1 Strukturbaserte modeller.....	10
2.3.2 Institusjonsbaserte modeller.....	11
2.3.3 Interessebaserte modeller.....	12
2.4 Analytiske perspektiv på den politiske prosessen.....	13
2.5 Teorier om den politiske prosessen.....	14
Kapittel 3: Teoretisk rammeverk.....	18
3.1 Advocacy Coalition Framework.....	18
3.1.1 Politiske delsystemer.....	18
3.1.2 Aktørers verdier.....	19
3.1.3 Koalisjoner.....	20
3.1.4 Nøkkelkonsepter: politisk-orientert læring og eksterne forstyrrelser.....	21
3.2 Multiple Streams Framework.....	22
3.2.1 Saksstrøm.....	22
3.2.2 Løsningsstrøm.....	23
3.2.3 Politikkkstrøm.....	24
3.2.4 Politiske entreprenører.....	25
3.2.5 Politiske vindu.....	26
3.2.6 Nøkkelkonsepter: tvetydighet og tidsmessig rekkefølge.....	26
3.3 ACF og MSF - kombinert rammeverk.....	28
3.3.1 Operasjonalisering.....	29
Kapittel 4: Metode.....	30
4.1 Kvalitativ metode.....	30
4.2 Casestudier.....	31
4.2.1 Caser.....	34
4.2.2 Komparativ metode.....	37
4.3 Datagrunnlag.....	37
4.3.1 Skriftlige og visuelle datakilder.....	38
4.3.2 Kvalitativt dybdeintervju.....	41

4.4 Kvalitativ innholdsanalyse .....	51
4.5 Etikk .....	52
4.6 Kvalitetsvurdering av studien.....	52
4.6.1 Reliabilitet .....	53
4.6.2 Validitet .....	53
Kapittel 5: Resultat og analyse .....	56
5.1 Presentasjon av casene .....	57
5.1.1 Retusjert reklame.....	57
5.1.2 Influencerbarna.....	60
5.2 Politisk-orientert læring.....	64
5.2.1 Retusjert reklame.....	65
5.2.2. Influencerbarna.....	69
5.2.3. Komparativt perspektiv på politisk-orientert læring .....	73
5.3 Tvetydighet.....	74
5.3.1 Retusjert reklame.....	75
5.3.2 Influencerbarna.....	79
5.3.3 Komparativt perspektiv på tvetydighet .....	83
5.4 Eksterne forstyrrelser .....	84
5.4.1 Retusjert reklame.....	85
5.4.2 Influencerbarna.....	86
5.4.3 Komparativt perspektiv på eksterne forstyrrelser.....	87
5.5 Tidsmessig rekkefølge.....	87
5.5.1 Retusjert reklame.....	88
5.5.2 Influencerbarna.....	88
5.5.3 Komparativt perspektiv på tidsmessig rekkefølge.....	88
Kapittel 6: Konklusjoner .....	90
6.1 Problemstilling og forskningsspørsmål .....	90
6.1.1 I hvilken grad og form har det forekommet politisk utvikling innenfor casene? .....	90
6.1.2 Hvilke omstendigheter preger prosessen? .....	91
6.1.3 Hvordan kan likheter og ulikheter mellom casene forklares? .....	91
6.1.4 Hovedfunn i relasjon til problemstilling.....	92
6.2 Teoretiske og metodologiske refleksjoner.....	92
6.2.1 MSF og ACF – et kombinert rammeverk.....	92
6.2.2. Valg av caser og implikasjoner .....	94
6.3 Fremtidig forskning .....	95
Referanser.....	96
Appendiks.....	103
Vedlegg 1: Intervjuguide.....	103

Vedlegg 2: Informasjonsskriv NSD .....	104
--	-----

## Tabeller

Tabell 1: Dokumentutvalg.....	39
Tabell 2: Forespurte informanter.....	43
Tabell 3: Informantoversikt.....	50
Tabell 4: Informantbetegnelser .....	56

## Figurer

Figur 1 Tidslinje for casen "Retusjert reklame" .....	57
Figur 2 Tidslinje for casen "Influencerbarna" .....	61



## Kapittel 1: Innledning

Blant utallige aktuelle saker i et samfunn, hva er det som gjør at en bestemt sak tilegner seg politisk oppmerksomhet? Innenfor lignende kontekster prioriteres samfunnsfenomen i ulik grad. Visse tilfeller er kontinuerlig aktuelle og befinner seg på den politiske agendaen over lange perioder, mens andre eksisterer i samfunnet lenge før politisk handlingskraft blir synlig. Gjennom dette forskningsprosjektet vil fenomenet politisk utvikling studeres. Agendasetting og problemdefinisjon står sentralt som en identifiserbar start på en politisk prosess.

For å studere fenomenet politisk utvikling, herunder agendasetting og problemdefinisjon, benyttes to caser. Casene er tilfeller av samfunnsfenomen innenfor lignende kontekster, med ulikt politisk utfall. Digital utvikling og sosiale mediers rolle er sentralt for studien.

Den første casen omhandler endring av markedsføringsloven som politisk utfall. Fra sommeren 2022 skal all retusjert reklame merkes, for å tydeliggjøre falske idealer og redusere kroppspress. Gjennom sosiale medier endres plattformene for reklame, og forholdet mellom avsender og mottaker er mer innflytelsesrikt enn tidligere.

Den andre casen tar utgangspunkt i barn av influencere, og deres rolle i foreldrenes digitale foretak. Ved utvalgte profiler er selve oppbygningen til virksomheten basert på det å være mor eller far til et barn. Barnets rolle som en grunnmur for virksomhet etablert på sosiale medier er kjernen av casens relevans.

Begge casene gjelder barnas trygghet innenfor digitale medier. Retusjert reklame-casen tar utgangspunkt i å beskytte barn som et publikum, mens "influencerbarna" omhandler beskyttelse av barn som deltaker. Sosiale medier som en sentral plattform for begge casene, sammen med lovverk angående barns rettigheter, digitale medier og markedsføring utgjør lignende elementer. Relevante aktører som kan kobles opp mot de nevnte elementene, vil dermed kunne knyttes som aktuell for både retusjert reklame og influencerbarn. Det understreker hvordan konteksten oppfattes som lignende. Casene skilles tydelig ved politisk utfall, den første casens prosess har endt med lovendring, mens politisk oppmerksomhet vedrørende den andre er tilsynelatende fraværende.

### 1.1 Bakgrunn og kontekst

Sosiale medier er en stadig voksende del av samfunnet. Facebook er den største plattformen med 2,7 milliarder månedlige aktive brukere, og etter YouTube og WhatsApp med 2 milliarder månedlig aktive brukere, finner vi Instagram med 1,16 milliarder månedlig aktive brukere per juni 2021 (Walsh 2021a). Etersom 29,8% av brukerne på Instagram er mellom 18



og 24 år (Walsh 2021b), er det skapt et spesielt marked på denne plattformen hvor virksomheter kan henvende seg til et ungt publikum med sitt innhold. På Instagram kan enkeltpersoner opprette egne kontoer og som andre kan velge å følge. Med jevnlig oppdateringer i form av bilder, video og tekst, skapes rom for en opplevelse av direkte kontakt mellom kontoinnehaver og følgerne deres. Det vil si at kontakten etablerer et tillitsforhold mellom mottaker og avsender.

Tillitsforholdet bidrar til at avsenderne har en annen påvirkningskraft med annonser nå enn tidligere, til sammenligning fra reklameoppslag i en avis eller reklamepause på TV. Ved å øke populariteten til en konto, øker også eksponeringsgrunnlaget for et produkt mot et bestemt marked. Ved å benytte seg av sin påvirkningskraft og skape innhold som tiltrekker seg et utvalgt publikum, er det en virksomhet som etter hvert har blitt populær og aktørene omtales hovedsakelig som “influencere”. Et eksempel på kontoer med bestemte budskap som er rettet mot en kundegruppe er profiler som deler innhold i ulik grad fra familielivet. Det varierer om influencere inkluderer barna sine i reklamebaserte innlegg, og hvilke type reklamer barna deltar i. Annonserer som er gjengangere blant norske familieinfluencere er bleieprodusenter, fotovirksomhet, matkasser og klær. Reklamen kan altså variere mellom generell reklame og reklame som knyttes direkte til barnas behov.

Forskningsrapporter har vist i stadig større grad at unge blir påvirket av reklame, og kroppspress forbundet med dette er en av årsakene til dårlig psykisk helse. Fagutvalget for Influencermarkedsføring ble etablert høsten 2019 som en reaksjon på informasjonen. På fagutvalgets nettsider beskrives formålet med utvalget: *«Å bidra til god og ansvarlig markedsføringspraksis for aktører som samarbeider med influencermarkedsføring. Målet er å redusere utseende- og kroppspress»* (FIM). Kroppspress og psykiske helse er utgangspunktet for Proposisjon 134 L (2020-2021), en proposisjon som foreslår endring av markedsføringsloven ved:

*“plikt til å merke retusjert eller på annen måte manipulert reklame, når manipuleringen medfører at kroppen til personer i reklamen avviker fra virkeligheten.”*

Endringen i markedsføringsloven føyer seg inn i rekken av mangfoldige regelverk som tar utgangspunkt i å skape tryggest mulig rammer for barn. Blant dem er også FNs barnekonvensjon (FN Sambandet 2020) som skal ivareta de mest grunnleggende rettigheter for barn. I tillegg har vi egne paragrafer i arbeidsmiljøloven som skal beskytte barn mot barnearbeid (Arbeidsmiljøloven, § 11, 2005), deler i reklameloven baserer seg på markedsføring rettet mot barn (Markedsføringsloven, § 19-21, 2009) og barneloven skal sikre

foreldreskapet og barnets medbestemmelsesrett etter hvert som barnet blir eldre (Barneloven 1981). Norsk og europeisk personvernlovgivning advarer mot å legge ut personopplysninger om andre, og eksponering av bilder og informasjon om andre skal ikke gjøres uten samtykke (Datatilsynet, 2015). Barn omfattes også av denne lovgivningen.

En aktuell debatt om regulering forbundet med innhold på sosiale medier blir imidlertid stadig mer aktuell. Da Trump ble utestengt fra Twitter etter anklager om spredning av falsk informasjon under valgkampen i 2020, ble det en internasjonal debatt om ytringsfrihet på sosiale medier (Kjelland-Mørdre mfl. 2020). I Frankrike har også regulering av sosiale medier vært på agendaen. 6. oktober 2020 vedtok landet en ny lov som skal hindre at foreldre kan presse barna sine til å bli influencere med en strafferamme på opptil 5 års fengsel (Heggen 2020).

Rettigheter knyttet til ytringsfrihet og personvern, og regulering av innhold er blitt et tema etter hvert som teknologien utvikler seg og digitale plattformer blir en omfattende del av samfunnet. Endring i markedsføringsloven og etablering av Fagutvalget for influencermarkedsføring, viser at nettbaserte konsepter blir stadig tatt mer alvorlig, også i Norge. Derimot eksisterer det enda ikke et regelverk som kan kobles direkte til eksponering av barn i kommersielle sammenhenger på sosiale medier. Gitt Norges ellers eksisterende regelverk som angår barn, samt utvikling innenfor digitale medier, kunne man forventet at temaet var adressert offentlig.

De to sakene befinner seg innenfor samme kontekst og relevante aktører kan være liknende. Det gjelder influencere, endring av regelverk, offentlige beslutningstakere og regulering som skal ivareta barnas beste. Imidlertid er det kun én av sakene som er kommet på den politiske agendaen, og denne studien vil utforske nærmere politiske prosesser og agendasetting.

## 1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål

Studien tar utgangspunkt i å besvare følgende problemstilling:

*“Hvordan kan forskjellige utfall av den politiske prosessen innenfor lignende kontekst forklares?”*

Agendasetting, som det første leddet i den politiske prosessen, er en tydelig pekepinn på at politisk utvikling skjer i en sak. Dersom en sak er på agendaen, er politisk utvikling allerede til stede. For å oppnå en dypere forståelse for hva som påvirker det første leddet av den politiske prosessen, og hvordan en bestemt sak utvikles fra samfunnsdebatten til den offentlige agendaen, vil en casestudie benyttes for å se nærmere på fenomenet.

Studien beskrives som en kvalitativ komparativ case studie. Den består av to caser som sammenlignes for å studere hva som utgjør likheter og forskjeller mellom dem. Casene er tilsynelatende lignende når det kommer til kontekst koblet til relevante aktører og innhold, men tydelige forskjeller fremtrer ved politisk utfall av den politiske prosessen.

Den første casen omhandler merking av retusjert reklame. Debatten førte til lovendring ved markedsføringsloven. Lovendringen var begrunnet i at barns psykiske helse blir negativt påvirket ved å eksponeres for falske kroppsidealer på nett. Den andre casen omhandler barn av influencere. Sentralt for casen er oppfatningen av samfunnsfenomenet og barnas rettigheter ved deltakelse i profesjonelle influencerkontoer på sosiale medier.

Bakgrunnen for valget av caser er lignende kontekst. Begge casene angår barn og digitale medier, og ivaretagelse av barns trygghet og rettigheter knyttet til virksomhet på internett. I forbindelse med disse elementene, fremstår det som at relevante aktører kan være overlappende for casene.

For å besvare problemstillingen vil det avklares bestanddeler av casene gjennom følgende forskningsspørsmål:

1. I hvilken grad og form har det forekommet politisk utvikling innenfor casene?
2. Hvilke omstendigheter preger prosessen?
3. Hvordan kan likheter og ulikheter mellom casene forklares?

Det første forskningsspørsmålet tar utgangspunkt i å analysere forskjellen i utfallet for hver case. Spørsmål nummer to omhandler hvordan omstendighetene kan påvirke utfallet.

Omstendighetene knyttes til nøkkelkonseptene i studiens teoretiske rammeverk, som består av politisk-orientert læring, tvetydighet, eksterne forstyrrelser og tidsmessig rekkefølge.

Det kan være relevant å identifisere nevnte nøkkelkonsepter innenfor casene for å belyse hvilke faktorer som fører til politisk utvikling og hva som kan forklare fravær av utvikling.

Gjennom kategorisering av casenes elementer innenfor nøkkelkonseptenes rammer, skapes et oversiktlig grunnlag for å analysere likheter og forskjeller i datagrunnlaget. Grunnlaget kan bidra med å besvare det tredje forskningsspørsmålet.

Dersom ulike elementer i casene kan kategoriseres innenfor konsepter som ifølge teorien kan være en medvirkende årsak til utviklingen, vil det være mer oversiktlig å analysere likheter og forskjeller innenfor innsamlet data, og dermed besvare det tredje forskningsspørsmålet.

Kategorisering av faktorer vil synliggjøre det teoretiske rammeverkets byggesteiner i de praktiske eksemplene som de to casene er, for å belyse fenomenet politisk utvikling.

### 1.3 Teoretisk og metodologisk tilnærming

For å studere politisk utvikling med fokus på agendasetting og problemdefinisjon benyttes en kombinasjon av to rammeverk: Multiple Streams Framework (MSF) og Advocacy Coalition Framework (ACF). Bakgrunnen for teoretisk valg baserer seg på å velge rammeverk som kan komplementere hverandre og skape et utfyllende teoretisk grunnlag for analyse av data.

MSF tar utgangspunkt i tre strømmer, basert på saker, løsninger og politikk. Hvis og når strømmene krysses skaper det et vindu for politisk endring, som aktører kan benytte seg av for å koble saker med løsninger ved hjelp av politikk. Forstyrrelser i strømmene og tidsmessig rekkefølge av saker, kan være bidragsyttere for kobling av strømmer og politisk utvikling (Zahariadis 2007, 65).

ACF tar utgangspunkt i at politisk utvikling foregår over lang tid, og at endring i aktørers verdier kan medføre politisk endring. Ifølge rammeverket kan politisk endring forekomme ved politisk-orientert læring og eksterne forstyrrelser eller sjokk (Sabatier og Weible 2007, 198).

Kombinasjonen av rammeverkene vil derfor baseres på å de fire nøkkelkonseptene, politisk-orientert læring, tvetydighet, eksterne forstyrrelser og tidsmessig rekkefølge.

Nøkkelkonseptene er utgangspunktet for analyse av datagrunnlaget, hvor innholdet kategoriseres innenfor de fire konseptene. Studiens datagrunnlag baseres på dokumenter, visuelle kilder og semi-strukturerte dybdeintervjuer.

### 1.4 Oppgavens disposisjon

Studien er disponert over seks kapitler. Det andre kapitlet består av en litteraturgjennomgang av relevant litteratur som redegjør for valg av teori. Kapittel tre presenterer studiens rammeverk. Her utbroderes hovedinnholdet i teoriene som er valgt, og hvordan rammeverkene er benyttet i kombinasjon. Gjennom kapittel fire presenteres den metodologiske oppbygningen av casestudien. Her inkluderes en oversikt over datagrunnlaget, basert på dokumenter og visuelle kilder, samt oversikt over forespurte informanter og informanter som har deltatt, er inkludert i kapitlet. Kapittel fem består av resultater og analyse. Innsamlet data analyseres fortløpende i lys av teori, før studien avsluttes med konklusjoner presentert i kapittel seks. Her inkluderes teoretiske og metodologiske refleksjoner, samt en del som angår mulig fremtidig forskning.

## Kapittel 2: Litteraturgjennomgang

I følgende kapittel foretas en litteraturgjennomgang av teori som angår den politiske prosessen, tilnærminger til politikk og politiske studier, samt teorier som omhandler ulike deler av den politiske prosessen.

Utformingsfasen av studien baserte seg på å avklare hvilken del av statsvitenskapelig teori forskningen skulle basere seg på. Valget falt på den politiske prosessen, og nærmere bestemt ulike utfall av politisk utvikling. Utvelging av relevant litteratur startet med pensum, eksempelvis tekstbøker som “Theory and Methods in Political Science” (Lowndes, Marsh og Stoker 2018) og “Public Policy” (Knill og Tosun 2020). I denne litteraturen ble det selektert hvilke deler som la et grunnlag for å forstå politisk utvikling med varierende utfall. For å oppdrive relevant litteratur koblet til fenomenet, ble snøballutvelging benyttet. Det innebærer en strategisk utvelging hvor de første kildene som velges referer eller henviser til andre relevante kilder (Grønmo 2004, 117). Prosessen fortsatte med videre referanser i ulik vitenskapelig litteratur, til at det teoretiske rammeverket som blir benyttet har et solid grunnlag. To utgaver av “Theories of the Policy Process” (Sabatier 2007, Sabatier og Weible 2018) har spilt en særlig stor rolle i det teoretiske grunnlaget, med supplement fra andre vitenskapelige artikler og forfattere.

Studiens litteraturgrunnlag redegjør dermed for de grunnleggende forståelsene av den politiske prosessen med tilhørende teorier, samt ulike analytiske perspektiv som kan brukes. Hensikten med gjennomgang av litteraturen er å tydeliggjøre hvilket grunnlag beslutningene angående utforming av det teoretiske rammeverket er tatt på, samt redegjøre for hvorfor den utvalgte teorien er relevant for å belyse ulike utfall av politisk utvikling.

Oppbygning av litteraturgrunnlaget for studien bidrar til å skape en naturlig overgang fra den politiske prosessen og analytiske perspektiv på hvordan man kan studere den, til en redegjørelse for hvordan det teoretiske rammeverket er utformet.

Veien til en bestemt teori som angår er utvalgt del av en politisk prosess, er en lang vei med ulike retninger. For å etablere hvordan veien har blitt til starter litteraturgjennomgangen med en grunnleggende forståelse for utviklingen av den politiske prosessen, og hvilke elementer den innebærer. Som en oppfølging er det relevant å se nærmere på hvordan man studerer den politiske prosessen, med ulike former for analytiske perspektiv på politikk generelt sett, samt varierende tilnærminger til hvordan politikk utformes. Sammenlagt vil dette redegjøre for innholdet i den politiske prosessen, hvordan den kan analyseres og hvordan politikk blir til.

Med et tydelig grunnlag for innholdet i den politiske prosessen og hvordan politiske teorier er utformet, og videre presenteres det syv sentrale teorier. De angår bestemte deler av den politiske prosessen og hvordan de forskjellige teoriene antar at politisk utvikling forekommer. Basert på teoriens avgrensninger og antagelser er det selektert to teorier som skaper grunnlaget for studiens teoretiske rammeverk som vil presenteres i kapittel 3: «Teoretisk rammeverk».

## 2.1 Den politiske prosessen

George A. Shipman var blant de første som brukte begrepet “den politiske prosessen” i sin artikkel “*The Policy Process: An Emerging Perspective*” (1959). Han betegner begrepet som et viktig element i samfunnet hvor politikk, policy og administrasjon sammenkobles. I artikkelen understreker Shipman at å bruke den politiske prosess som en tilnærming vil medføre at institusjoner og mekanismer innenfor politisk organisering, lovgivende handling, utøvende administrering, dømmende makt og resterende, sammenslås til en prosess mot å tilfredsstille samfunnsmessige verdier. Mer enn 60 år senere refererer den politiske prosessen til handlinger som forekommer over tid mellom offentlig politikk og omkringliggende aktører, hendelser, kontekster og utfall (Weible 2017, 2). Offentlig politikk står i sentrum av politiske prosesser, og er definert som “bevisste avgjørelser - handlinger og ikke-handlinger – av myndigheter eller ekvivalente autoriteter mot spesifikke mål” (Weible 2017, 2). Offentlig politikk kan dermed innebære både det uttalte offentlige, som lover og regulering, men på samme tid er samfunnsnormer like aktuelle, og metodene varierer fra symbolske til instrumentelle. De politiske prosessene som foregår i samfunnet, kan også utspille seg på varierende måte. Det kan fokuseres på en bestemt politisk sak, eksempelvis tannhelse, med mål om å utvikle dette fenomenet. Eller kan det settes søkelys på velferdsstaten i sin helhet og forskningen vil basere seg på ulike politiske samfunnsfenomen som sammenlagt kan si noe om velferdsstaten (Weible 2017, 2). Utfallet av de politiske prosessene vil dermed være noe som påvirker offentlig politikk i større eller mindre grad. Det vil si at utfallet av en prosess vil endre noe i konteksten eller relevante aktørers holdning eller adferd. For å forstå bedre hvordan den politiske prosessen medfører endring i offentlig politikk, bruker man noe som kalles den politiske syklus som et verktøy (Weible 2017, 3).

Den politiske syklus er en vanlig skildring av den politiske prosessen. Den “forenkler” den politiske prosess ved å dele den inn i ulike faser: 1) agendasetting og problemdefinisjon, 2) politisk formulering og adopsjon, 3) implementering og 4) evaluering - som også kan

innebære forkasting eller reformulering (Knill & Tosun 2020, 8). Reformulering av en sak vil lede saken tilbake til den første fasen, eller kan utfallet av en syklus være starten på den politiske prosessen i forbindelse med en annen sak, og kan bety at den politiske prosessen foregår kontinuerlig (Weible 2017, 3). Å benytte seg av den politiske syklusen som en oppskrift på den politiske prosessen eller et organisatorisk system for de ulike teoriene knyttet til offentlig politikk, blir forenkende og unøyaktig. Ikke all teori passer inn i hver sin fase, og visse spørsmål søker svar utenfor syklusens spekter (Weible 2017, 4). Den politiske syklus er mer et verktøy som kan brukes til å identifisere og analysere ledd i en prosess. Dermed vil det være mer håndterbart å analysere leddene hver for seg og undersøke nærmere om og når politisk utvikling skjer.

## 2.2 Tilnærminger til politikk

Hvordan man oppfatter sammenhenger i offentlig politikk henger sammen med hvilken tilnærming man har til politikk generelt. Utformingen av ulike tilnærminger til det politiske feltet skilles mellom ontologisk og epistemologisk grunnlag. Mens ontologi omhandler hva vi vet om verden, er epistemologi basert på hva hvordan vi kan vite det. Eksempelvis er det den ontologiske tilnærmingen som skiller gruppene realister og konstruktivister – realister mener at verden eksisterer som den er uavhengig av vår kunnskap om den, mens konstruktivister anser verden som sosialt konstruert og kan dermed tolkes ut fra øyet som ser (Lowndes, Marsh og Stoker 2018, 9).

Tilnærmingene benyttes som linser man ser det politiske landskapet gjennom. Linsen som benyttes vil påvirke hvordan man tolker utfordringer i samfunnet, hva som er årsaken til dem og hvordan man best mulig utvikler dem. Det skilles hovedsakelig mellom åtte tilnærminger på dette nivået: behaviorisme, "Rational Choice-teori", institusjonalisme, konstruktivisme, psykologiske tilnærminger, feminisme og kjønnsbaserte tilnærminger, Marxisme og til slutt poststrukturalisme (Lowndes, Marsh og Stoker 2018, 5), basert på fire ulike vurderingsgrunnlag: omfanget av politikk, forståelse av vitenskapelig grunnlag, holdninger mot normativ politisk teori og hvordan politikk praktiseres.

Med omfanget av politikk menes hvordan man betrakter politikk på et generelt nivå, hva det innebærer. Eksempelvis vil behaviorisme konsentreres rundt politiske prosesser som assosieres med mainstream politikk og myndigheter, mens marxisme anser politikk som en kamp mellom sosiale grupper, især innen klassesamfunnet.

Hvordan de ulike teoriene forstår det vitenskapelige grunnlaget som gjelder statsvitenskap kan være svært varierende. Institusjonalisme vil for eksempel se vitenskap som produksjon av organisert kunnskap, og at den beste statsvitenskapen vil være empirisk forankret, mens poststrukturalisme tar utgangspunkt i at det ikke vil være noen vitenskapelig påstand ettersom vår oppfatning av virkeligheten er formidlet gjennom språk eller diskurs.

Holdninger til normativ politisk teori innebærer hvordan de ulike tilnærmingene henvender seg til hvordan politikk bør forstås. Eksempelvis vil feminisme og kjønnsmessige tilnærminger ta utgangspunkt i at utfordringer knyttet kjønn må tas på alvor, og er en normativ teori. På den andre siden er psykologiske tilnærminger, som en samlebetegnelse, ikke normativ, men opptatt av at antagelser om menneskets natur i politisk teori ofte er utilstrekkelig.

Den siste kategorien handler om hvordan teoriene belyser den politiske praksis. Rational Choice-teori påstår å kunne tilby ekspertråd om hvordan man organiserer politikk på et verdifritt grunnlag, mens feministiske tilnærminger baserer hovedsakelig sitt politiske engasjement på feministiske impulser.

### 2.3 Tre modeller for politikkutforming

De åtte tilnærmingene tar sikte på å forklare hvorfor det er så stor variasjon innenfor hvordan man betrakter offentlig politikk – omfanget av det politiske samfunn, hva som er viktig og hva som er utfordrende og hvordan politikk utøves optimalt. Valg som tas om hvordan politikk utøves skaper også politikk. For å se nærmere på hvordan politikk utøves best mulig finnes det varierende teorier som tar sikte på å forklare hvordan politisk utforming foregår. Hva som vektlegges i de ulike teoriene baseres på hvordan man oppfatter samfunnet, og aktørers atferd. For å forstå bedre hva som former politisk utforming i et samfunn skiller mellom tre ulike modeller: strukturbaserte-, institusjonsbaserte- og interessebaserte modeller (Knill og Tosun 2020, 56).

#### 2.3.1 Strukturbaserte modeller

Strukturbaserte modeller retter fokus mot de mest grunnleggende sosioøkonomiske utfordringene som er til stede i samfunnet, og tar utgangspunkt i samfunnets eller kapitalismens strukturer for å analysere dem. Strukturbaserte modeller består hovedsakelig av to tilnærminger, "The Cleavage Approach" og varianter av kapitalismen.



Cleavage-, eller kløft-tilnærmingen baseres på ideen om at visse sosioøkonomiske problemer eksisterer i samfunn og påvirker politiske valg som har som mål å skape vedvarende inndelinger mellom sosiale grupper, som innehar forskjellige oppfatninger av utfordringene og hvordan man skal løse dem. De sosiale kløftene som skapes mellom gruppene, tiltrekker seg politisk oppmerksomhet og tydeliggjør hvor samfunnets utfordring ligger. Lipset og Rokkan (1967) peker på fire aktuelle kløfter i sin artikkel: sentrum og periferi, staten og kirken, ruralt og urbant, arbeidere og arbeidsgivere. I ettertid er det også tillagt to moderne kløfter, mellom materialister og post-materialister, og tilhengere og motstandere av et åpent samfunn (Knill og Tosun 2020, 61).

Varianter av kapitalismen er den andre tilnærmingen som kategoriseres som en struktur-basert modell innenfor politisk utforming, og kan anses å være et perspektiv som undersøker hvordan økonomiske prosesser påvirker politisk utforming. Ved å bruke denne tilnærmingen til å identifisere utfordringer i samfunnet vil man benytte seg av et systematisk perspektiv som understreker forbindelser mellom store institusjoner som definerer kapitalistiske politiske økonomier og de politiske avgjørelsene som skapes her.

### 2.3.2 Institusjonsbaserte modeller

Institusjonsbaserte modeller er tilnærminger som baserer seg på hvordan institusjoner påvirker politisk utfall. Modellen består av flere tilnærminger, og skiller mellom klassisk eller moderne oppfatning av hva institusjoner er.

Den klassiske tilnærmingen til institusjonell analyse oppfatter institusjoner som formelle juridiske ordninger, og at de følger åpenbare politiske normer. I den forståelsen vil utfallet av politikk bestå av eksisterende formelle politiske institusjoner, som grunnlover eller valginstitusjoner (Knill og Tosun 2020, 62).

Nyinstitusjonalisme anser institusjoner som mer kompleks og sammensatt. Selv med ulik oppfatning av institusjoner i samfunnet, er begge varianter av modellen opptatt av aktørers betydning. Den generelle oppfatningen av hvordan institusjoner påvirker politiske utfall er hvordan resultatet vil styrke eller begrense relevante aktører. Innenfor denne kategorien skilles det også mellom sosiologisk institusjonalisme og historisk institusjonalisme.

Sosiologisk institusjonalisme argumenterer for at institusjoner former aktørers oppfatning, som igjen påvirker deres adferd, og handlingslogikk står sentralt. Historisk institusjonalisme definerer institusjoner som formelle eller uformelle prosedyrer, rutiner, normer og konvensjoner som en del av den organisatoriske strukturen av det politiske eller politisk

økonomi (Hall og Taylor 1996, 938). Teorien vektlegger at historien former fremtiden, og analyse av stivhengighet er et sentralt element. Diskursiv institusjonalisme er modellens nyeste form. Det er et paraplykonsept som angår substansielle innhold i ideer, og de interaktive prosessene hvor ideer formidles og utveksles gjennom diskurs (Schmidt 2010, 3).

### 2.3.3 Interessebaserte modeller

Innenfor interessebaserte modeller står konseptet om aktørers rasjonalitet sentralt. Dersom en aktør er fullstendig rasjonell antar man at aktøren innehar den beste informasjonen som er tilgjengelig, og kan benytte seg av den når aktøren skal selektere politikk som maksimerer nytten best blant alternativene.

Fullstendig rasjonalitet møter noe kritikk – er det realistisk at aktører alltid kan velge det beste alternativet? Kritikken førte til utvikling av teori om begrenset rasjonalitet. Det er også et konsept som baserer seg på at aktørene er målrettet, men at de i tillegg vil være begrenset av sin egen kognitive kapasitet da det er begrenset hvor mye informasjon en aktør kan inneha i alle avgjørelser.

Det er hovedsakelig to teorier som faller inn under interessebaserte modeller, spillteori og Rational Choice-institusjonalisme. Spillteori tar utgangspunkt i at rasjonelle aktører møter hverandre for å ta avgjørelser, og er et symbol på forholdet mellom interessegrupper og myndigheter. Teorien belyser hvordan begrenset informasjon og tillit mellom aktører bidrar til at det beste alternative utfallet ikke blir det mest attraktive valget (Knill og Tosun 2020, 71).

Rational Choice-institusjonalisme baserer seg på at aktørenes preferanser, og ønsket om å maksimere preferansene, vil være drivkraften til beslutningstakerne (Hall og Taylor, 1996, 944). Det innebærer også at aktørene vil være svært strategiske og kunne kalkulere egen og andres adferd med kalkulerende tilnærming og hensikt om å oppnå ønsket politisk utfall (Hall og Taylor 1996, 946).

Hvordan man tilnærmer seg politikk på generelt nivå, som de åtte nevnte tilnærmingene, påvirker oppfatningen av politiske prosesser. Hvordan politikk utformes kan struktureres innenfor tre forskjellige modeller som igjen består av teorier om hvordan og hvorfor politikk utformes som den gjør. Begge disse nivåene utformer et grunnleggende perspektiv, en linse man ser samfunnet gjennom, som former hvordan man oppfatter samfunnets sammensetning av strukturer og aktører.

## 2.4 Analytiske perspektiv på den politiske prosessen

I tillegg til ulike tilnæringer til hvordan man anser politikk og politiske utfordringer, eksisterer det varierende tilnæringer til analyse av hvordan offentlig politikk utvikles eller bør utvikles. Det skilles hovedsakelig mellom perspektiver som tar utgangspunkt i rasjonell tilnærming, inkrementalistisk tilnærming og tilnærming med begrenset rasjonalitet (Knill og Tosun 2020, 6).

Rasjonell tilnærming anser politisk utforming som en problemløsningsprosess, og ser nærmere på hvordan politisk utforming bør foregå og organiseres i henhold til å oppnå optimale løsninger til underliggende politiske utfordringer (Knill og Tosun 2020, 6). Lasswell (1956) argumenterte for at den politiske prosessen burde baseres på ulike nivåer som følger en logisk rekkefølge:

1. Intelligens: samling og prosessering av all relevant kunnskap og informasjon
2. Promotering: identifisering og støtte av utvalgte alternativer
3. "Oppskrift": pålegg om en bindende avgjørelse
4. Innkallelse: politisk håndheving
5. Terminering: opphevelse av politikk
6. Vurdering: evaluering av politiske effekter mot bakgrunnen for de opprinnelige objektivene og intensjonene

At politisk utforming er en prosess som følger faste steg mot et mål, møtte motstand.

Lindblom sin artikkel "The Science of Muddling Through" understreker at politisk utforming er ikke en mekanisk prosess, hvor aktøren kan velge det målet som er mest tilfredsstillende, for så å jobbe trinnvis mot det utvalgte målet (Lindblom 1959, 80). Denne artikkelen satt grunnlaget for utvikling av det analytiske perspektivet basert på inkrementalistisk tilnærming. Denne tilnærmingen baseres på å gi et realistisk perspektiv på hvordan politiske skapere kommer frem til sine beslutninger. Det innebærer å ta høyde for begrenset informasjon, kognitive begrensninger og avgrenset tidsaspekt å gjennomføre politisk utforming på - og kan dermed kobles til konseptet om individers begrensede rasjonalitet (Knill og Tosun 2020, 7).

Noen teorier argumenterer for at det ikke nødvendigvis er problemene som trigger beslutningsprosessen. På grunn av tvetydighet kan det allerede eksistere løsninger til et gitt problem, om problemet og løsningen kobles sammen i riktig tidsrom (Herweg, Zahariadis, Zohlnhöfer 2018, 18). Tvetydighet står sentralt for denne tilnærmingen, og er definert som "en tilstand hvor det eksisterer mange måter å anse de samme omstendigheter eller fenomen" (Feldman 1989, 5). Dette kan eksempelvis være Garbage Can-modellen eller det teoretiske

rammeverket som kalles Multiple Streams Framework, som vil utbroderes mer under “Teorier om den politiske prosessen”.

## 2.5 Teorier om den politiske prosessen

Det finnes flere teorier som ser nærmere på konsepter og elementer innenfor den politiske prosessen, og benyttes som et verktøy innen statsvitenskapelig forskning. Ettersom det er et komplekst og sammensatt felt, vil hver teori ha begrenset fokus til visse konsepter og forhold, og det understreker viktigheten av å se teoriene i lys av hverandre (Weible 2018, 1).

Det er hovedsakelig syv teorier det er aktuelt å se nærmere på i forbindelse med den politiske prosessens innhold og funksjoner, som bidrar med å forklare og forstå hvordan politisk utvikling forekommer. Det er vurdert ut fra at teoriene kan dekke de grunnleggende elementene av teoretisk tilnærming, som et delt vokabular og definerte konsepter, og at den teoretiske tilnærmingen forklarer en stor del av den politiske prosessen (Heikkila og Cairney 2018, 301). Videre følger en kort presentasjon av de syv teorienes mest sentrale innhold, og avslutningsvis redegjørelse for valg av teori i denne oppgaven.

Multiple Streams Framework (MSF) omhandler politiske valg under tvetydighet, og dette rammeverket anses aktører politiske entreprenører og politiske skapere, og kobling av det som kalles for ulike strømmer (Kingdon 2003). Det er fem forskjellige strukturelle elementer i rammeverket som utgjør det definerte konseptet: tre ulike strømmer, politiske vindu, og politiske entreprenører. Samhandling mellom elementene kan dermed forårsake store politiske endringer, mens tvetydighet og tidsmessig rekkefølge er nøkkelkonsepter for å forklare endring. MSF utfordrer oppfatningen om omfattende rasjonalitet hos individet, og at løsninger og problemer ikke nødvendigvis er koblet på en logisk måte (Herweg, Zahariadis og Zohlnhöfer 2018). Det gjør at rammeverket kan kobles til interessebaserte modeller (Hall og Taylor 1996).

Punctuated Equilibrium Theory (PET) har et omfang som gjelder det politiske systemet rettet mot stabilitet og periodisk store endringer. Sentralt blant flere nøkkelkonsepter står institusjonell friksjon, og oppfatningen av individet innebærer begrenset rasjonalitet, spesielt i forbindelse med oppmerksomhet. Teorien forsøker å beskrive faktorer som fører til store politiske endringer, og de faktorene som begrenser endring, eller produserer inkrementalisme (Baumgartner, Jones og Mortensen 2018). PET baserer seg på at den politiske prosessen bygges på institusjoner og begrenset rasjonalitet hos beslutningstakere (Baumgartner, Jones

og Mortensen 2018, 56), og innebærer at teorien kan plasseres innenfor både institusjons- og interessebaserte modeller for politikkutforming.

Policy Feedback Theory (PFT) tar utgangspunkt i å se nærmere på hvordan policy former politikk, og deretter politisk utforming. Nøkkelkonseptet er hovedsakelig politisk feedback, og hvilke effekter det medbringer. Teorien vektlegger effekter av offentlig politikk og meningen med statsborgerskap, styringsform, ulike gruppers makt og politisk agenda, som igjen vil påvirke fremtidig policy (Mettler og SoRelle 2018). Teorien kan appellere til alle tre modeller for politikkutforming. Utgangspunktet for å studere politisk “feedback” var historisk institusjonalisme, med en overgang mellom rasjonale for institusjonell utvikling og stivhengighet, for å studere individuell politisk adferd. Med bakgrunn i institusjonalisme og formål om studiet av adferd og individers politiske adferd, kan det relateres til både institusjonsbaserte og interessebaserte modeller. I tillegg ser PFT nærmere på strukturelle elementer, som gruppers makt, statsborgerskap og styring, som kan appellere til strukturbaserte modeller.

Advocacy Coalition Framework (ACF) er et rammeverk som omhandler koalisjoner og deres påvirkningskraft, politisk orientert læring og politisk endring. Læring, koalisjoner og eksterne forstyrrelser er sentrale konsepter. Individet anses som begrenset rasjonell, og rammeverket understreker at individer er motivert av egne eller gruppens verdier (Jenkins-Smith mfl. 2018). Rammeverkets antagelser om aktørers rasjonalitet, samhandling og verdigrunnlag plasserer ACF innenfor interessebaserte modeller for politisk utforming, men det hierarkiske systemet verdier består av gjør at ACF også kan relateres til strukturbaserte modeller. Det kommer av at konflikt mellom verdier kan appellere til kløfter mellom grupper som kan påvirke politiske valg, som er hovedargumentet innenfor “The Cleavage Approach”.

The Narrative Policy Framework (NPF) baserer seg på hvordan ulike narrativ påvirker den offentlige meningen til befolkningen, hvor politisk dialog, agendasetting og politisk endring står sentralt. Rammeverket anser individet som begrenset rasjonelt, og anerkjenner heuristikk - læren om metoder som brukes for å oppnå nye vitenskapelige resultater, affektens- og gruppers forrang, kognisjon og selektiv eksponering (Shanahan mfl. 2018). NPF kan kobles til både interesse- og strukturbaserte modeller for politisk utforming, da interesse kan forme narrativ, men narrativ former strukturer.

Institutional Analysis and Development Framework (IAD) består av syv komponenter – en situasjon, aktører, regler, fellesskapsattributter, fysiske og materielle attributter, politiske utfall, samt evaluerende kriterier (Schlager og Cox 2018, 215). Rammeverket forsøker å

forklare hvordan institusjoner veileder og begrenser aktørers adferd, og hvordan aktørenes adferd igjen former institusjoner. Det gjør at rammeverket kan plasseres både innenfor institusjonsbaserte og interessebaserte modeller, da aktørers adferd står sentralt.

IAD er koblet til “Social-Ecological Systems Framework” (SES) som understreker handling mellom aktører og sosial-økologiske systemer formidlet gjennom forvaltningssystemet. SES er bygget på de samme syv komponentene som IAD, men inkluderer flere komponenter, og baseres på et diagnostiserende rasjonale (Schlager og Cox 2018, 215). Rammeverket fokuserer på å identifisere variabler som redegjør for et visst utfall i den politiske prosessen. Perspektivet på mønstre av variabler som diagnostiserende logikk på den politiske prosessen gjør at SES kan appellere mer til strukturbaserte modeller for politisk utforming (Schlager og Cox 2018, 239).

Innovation and Diffusion Models i statsvitenskap (IDM) er modeller som hovedsakelig angår politisk spredning og innovasjon, og inkluderer teorier som understreker innovasjon av det offentlige (Stokes Berry og Berry 2018). Modellene forsøker å forklare når noe innovativt og nytt er med å forme et styringssett. Spredning av innovasjon er sentralt og definert som “prosessen hvor innovasjon er kommunisert gjennom visse kanaler over tid blant medlemmene av et sosialt system” (Rogers 1995, 35, i Stokes Berry og Berry 2018, 256). IDM inkluderer mange teorier som angår innovasjon og spredning, og er dermed utfordrende å plassere innenfor en bestemt modell for politisk utforming, men det samlede fokus som angår innovasjon av aktører og hvordan det spres til styresett, bærer hovedsakelig preg av interesse- og strukturbaserte modeller.

Studiet av den politiske prosessen er sammensatt og fører til at ikke alle teorier kan dekke alt. Mens MSF og PET fokuserer hovedsakelig på agendasetting og politisk endring, tar PFT utgangspunkt i hvordan policydesign påvirker samfunnet. ACF og NPF tar for seg politisk endring, mens ACF ser på rasjonale for det, peker NPF på hvordan narrativ påvirker folkemeningen. IAD understreker fokus mot adoptering og avvisning av politiske utfall, mens IDM tar hovedsakelig utgangspunkt i adoptering (Weible 2018, 7).

Teoriene og rammeverkene fokuserer altså mot ulike deler av den politiske prosessen, og appellerer til forskjellige modeller for politikkutforming. For denne studien er det aktuelt å se nærmere på agendasetting og politisk endring, da studiens problemstilling er “Hvordan kan forskjellige utfall av den politiske prosessen innenfor lignende kontekst forklares?”. Det teoretiske rammeverket må dermed innebære hvordan en sak når frem til den politiske agendaen, og hva som skal til for at politisk endring skal skje. Derfor benyttes en

kombinasjon av rammeverkene ACF og MSF. MSF vektlegger tvetydighet og situasjonsbestemte faktorer for innflytelse på den politiske prosessen, og kan appellere til forståelsen av agendasetting og politisk endring, mens ACF antar at verdisystemer blant aktører former beslutningstaking (Bandelow mfl. 2017, 169), og hva som forårsaker større eller mindre politisk endring. Casene som eksemplifiserer anvendt teori har ulikt politisk utfall som plasserer dem i forskjellige posisjoner i den politiske prosessen. Kombinasjonen av rammeverk vil dermed bidra til å skape et mer omfattende bilde av den politiske prosessen og politisk endring, og hvilke faktorer som kan være innflytelsesrike i prosessen.

## Kapittel 3: Teoretisk rammeverk

I dette kapitlet presenteres det teoretiske rammeverket i forskningsprosjektet, med særlig fokus på elementene av teorien som er aktuelle for å analysere hvordan teori kan kobles med casene, og utvikle svar på problemstillingen. Teoretiske rammeverk kan best beskrives ved deres teoretiske antagelser og omfang, og kategorisering av konsepter som rammeverkets teori benytter for å besvare forskningsspørsmål. Teoretiske antagelser omhandler hvordan teorien antar at omverdenen henger sammen og fungerer, og er det logiske grunnlaget for rammeverkets perspektiver. Etter presentasjon av teoriene redegjøres for kombinasjonen av dem og hvordan rammeverket er operasjonalisert for å analysere resultater i datagrunnlaget.

### 3.1 Advocacy Coalition Framework

Advocacy Coalition Framework (ACF) er et rammeverk som understreker faktorer som øker sannsynligheten for større eller mindre endring, ved å fokusere på koalisjoner, aktørers læringsprosesser og hvordan aktører handler mot eller for utvikling og endring (Jenkins-Smith mfl. 2018, 135). For å forstå hvordan elementene kan forklare endring, utbroderes rammeverkets sentrale antakelser om den politiske omverdenen.

#### 3.1.1 Politiske delsystemer

ACF antar at politiske delsystemer er primærenheten for å analysere og for å forstå politiske prosesser. Et delsystem må bestå av en funksjonell eller substansiell dimensjon samt en territoriell dimensjon, systemet spesialisere seg altså på en bestemt sak som gjelder en bestemt plass (Jenkins-Smith mfl. 2018, 139), for eksempel politikk som angår barn og familieliv i Norge. Ulike systemer vil likevel kunne overlape hverandre, og er ofte en del av et større delsystem.

De politiske delsystemene vil bestå av deltakere som er spesialisert på feltet som systemet angår, og som jevnlig forsøker å benytte ekspertisen til å påvirke politikk enten innenfor delsystemet, eller ved andre systemer. Det kan innebære å endre eller opprettholde politiske saker i henhold til systemets holdninger og verdier, som vil bidra til at systemene vil gjennomgå perioder av stillstand, gradvis og omfattende endring. I tillegg til spesialisering av felt vil et system enten ha en form for autoritet eller potensiell autoritet, som styrker systemets posisjon i samfunnet (Jenkins-Smith mfl. 2018, 139).

Delsystemene skiller mellom integrerte og uintegrerte aktører ved et gitt politisk felt. Ikke alle som er interessert eller som blir påvirket av en avgjørelse vil være inkludert i prosessen.



Oftere er fåtallet involvert på bakgrunn av avgrenset tid eller for få ressurser til å inkludere alle som kunne vært aktuelle for i beslutningsprosessen (Jenkins-Smith mfl. 2018, 139). Det vil si at integrerte aktører er direkte involvert i den politiske prosessen innen et gitt felt.

Uintegrerte aktører kan bli påvirket av, eller ha interesse i, prosessen, uten å være direkte delaktig i utforming av den.

Aktørers oppfatning av omgivelsene er sentralt i ACF. Det antas at aktører er begrenset rasjonelle, som innebærer at de er instrumentelt motivert mot mål, men kognitive evner setter begrensninger for oppfatninger om hvordan målene tydelig kan nås (Simon 1996). De har sterke verdier, og forsøker å overføre verdiene inn i politisk skaping (Bandelow mfl. 2017). Det bidrar til at aktørenes politiske preferanser former delsystemene, som igjen skaper en forventning om at aktørene som er involvert i systemet, vil ha korresponderende preferanser og verdier i det politiske samfunnet (Bandelow mfl. 2017)

### 3.1.2 Aktørers verdier

Verdiene som Sabatier og Weible (2007, 194) beskriver kategoriseres hierarkisk på tre nivåer, dype kjerneverdier, politiske kjerneverdier og sekundære verdier. Dype kjerneverdier er det mest omfattende nivået, som inneholder en generell normativ holdning, en ontologisk oppfatning av menneskets natur, holdninger om menneskets fundamentale verdier som frihet og likhet, velferd til grupper i samfunnet, den riktige rollen til myndighetene versus markedet på generelt plan og om hvem som bør delta i offentlig beslutningstaking. Slike verdier karakteriserer ofte høyre og venstresiden politisk, og er i det store bildet som oftest et resultat av oppvekst og tilhørighet, og er svært vanskelig å endre (Sabatier og Weible 2007, 194).

På neste nivå finner vi politiske kjerneverdier, som omhandler ulike felt av det politiske samfunn, blant annet politiske verdier, hvilken velferd som teller, myndighetenes og markedets autoritet, hva som er den riktige rollen til borgerne, valgte tjenestemenn, og den relative alvorligheten og årsaken til politiske problemer i subsystemene som en helhet. Verdier på dette nivået er også utfordrende å endre, da det angår saker over hele spekteret av politikk (Sabatier og Weible 2007, 194-195).

Sekundære verdier er det siste nivået, og er innenfor et relativt smalt spekter. Verdier på dette nivået kan gjelde detaljerte regler og budsjettmessige utfordringer innenfor et program, alvorlighet og årsak til problemer innenfor et avgrenset område og offentlig deltakelsesretningslinjer innenfor vedtekter. Siden sekundære verdier brer seg over et mindre spekter av livssynet enn kjerneverdier, vil det å endre dem kreve mindre bevis og ordninger

mellom aktører i subsystemer og anses derfor som en enklere oppgave (Sabatier og Weible 2007, 196).

Aktørers dype kjerneverdier vil fungere som et filter aktører forholder seg til virkeligheten gjennom. Filteret vil påvirke politiske kjerneverdier og sekundærverdier. Verdier forenkler delsystemene ved å aggregere aktører inn i koalisjoner. Først vil man identifisere delte eller lignende verdisystemer mellom aktørene, og videre undersøke om det er en strategisk koordinering som vil være nyttig i en koalisjon (Jenkins-Smith mfl. 2018, 141). Det fører til at det skapes koalisjoner som aktivt jobber mot eller for utvikling og endring, basert på sammensetningen av verdier og ulike posisjoner.

### 3.1.3 Koalisjoner

ACF antar at politiske deltakere streber etter å overføre elementer av egne verdisystemer inn i politikk (Sabatier og Weible 2007, 196). For å nå dette målet må deltakerne alliere seg med andre, dele ressurser og utvikle komplementære strategier. Politiske deltakere vil søke etter allierte som deler politiske kjerneverdier blant autoriteter, offentlige funksjonærer, interessegrupper og forskere fra ulike nivåer av det offentlige systemet. En sammensetning av varierende ekspertise med ulike makt- og interesseforhold vil kunne skape en koalisjon innenfor et delsystem. Rammeverket argumenterer for at en slik koalisjon vil være det mest effektive verktøyet for å aggregere adferd til organisasjoner og individer som er involvert i et politisk delsystem over tid (Sabatier og Weible 2007, 196).

De ulike koalisjonene vil benytte seg av ressursene sine for å oppfordre til politisk endring eller stabilitet som korresponderer med koalisjonens interesser (Arnold mfl. 2019). Sabatier og Weible (2007, 201-203) plasserer koalisjonens ressurser innenfor seks ulike kategorier, formell juridisk autoritet, offentlig opinion, informasjon, mobiliserende krefter, finansielle ressurser og dyktig lederskap.

Sabatier og Weible (2007, 198) understreker at de sentrale egenskapene i delsystemer som koalisjonene er en del av, vil bidra til at ekspertise og mobiliseringskrefter samhandler med politisk autoritet som er blant de sentrale ressursene for koalisjonen. Den etablerte gruppetenkningen innad i koalisjoner, gjør at det er svært usannsynlig at de grunnleggende kjerneverdiene i gruppen endres frivillig. Det er hovedsakelig to muligheter for politisk endring basert på ACF, politisk-orientert læring og eksterne forstyrrelser (Sabatier og Weible 2007, 198).

### 3.1.4 Nøkkelkonsepter: politisk-orientert læring og eksterne forstyrrelser

Læring skjer når individer tilpasser seg ny informasjon, inkludert det som er basert på tidligere erfaringer, og benytter det i påfølgende handlinger. Derfor kan man definere læring som et tilsiktet forsøk på å tilpasse målene eller teknikkene av politikk i respons til en tidligere erfaring og ny informasjon. Læring er indikert når politisk endring skjer som et resultat av en slik prosess (Hall 1993, 278).

I denne sammenhengen er læring definert som bruken av ny kunnskap til å informere aktørers politiske preferanser (Montpetit og Lachapelle 2017, 197). Det vil si at læring skjer når kunnskap kommer fra utsiden av delsystemet, og blir brukt av aktører innad i systemet for å informere om politiske preferanser og endring, og kan definere politisk orientert læring som permanent endring i det verdibaserte systemet aktører i delsystemene utgjør (Bandelow mfl. 2017).

Jenkins-Smith mfl. (2018, 151-152) understreker fire forklarende kategorier for hvordan læring utspiller seg som et sentralt element for politisk utvikling: læring i forum hvor koalisjoner møtes, grad av konflikt som kan påvirke engasjement og dermed læring, stimuli som appellerer til informasjon, erfaring som koalisjonen eksponeres for, og aktørenes individuelle egenskaper som kan skape et varierende grunnlag for å være mottakelig for læring.

Eksterne forstyrrelser utenfor delsystemet anses som en nødvendig, men ikke avgjørende faktor for omfattende politisk endring innenfor et delsystem (Sabatier og Weible 2007, 198). Forstyrrelser av betydning kan være endringer i sosioøkonomiske forhold, regimeskifte, resultat fra andre delsystemer eller kriser. Slike eksterne forstyrrelser kan endre agendaen, skifte det offentlige fokus og tiltrekke seg oppmerksomheten til nøkkelaktører innenfor beslutningstaking. Den viktigste effekten av eksterne sjokk er redistribusjon av ressurser, eller åpning/lukking av arenaer innenfor delsystemene. Det kan igjen føre til endring av hvilke delsystemer som utgjør en dominerende part i det politiske landskapet. Eksterne sjokk kan også bidra til å endre politiske kjerneverdier innenfor en koalisjon, og dermed bidra til politisk endring (Sabatier og Weible 2007, 198-199).

ACF som rammeverk fokuserer altså på konsepter som medfører endring og utvikling ved å analysere delsystemer. Delsystemenes evne til å overlappe hverandre, ettersom aktører kan ha overlappende verdier og ressurser, kan medføre tvetydighet. Situasjonelle faktorer som tvetydighet, kan bidra til å forklare politisk utvikling - som er et av nøkkelkonseptene innenfor MSF (Bandelow mfl. 2017, 168).

### 3.2 Multiple Streams Framework

MSF har seks sentrale antagelser som former rammeverkets perspektiv på den politiske prosessen: tvetydighet, tidsbegrensninger, problematiske politiske preferanser, teknologisk uklarhet, flytende deltakelse og strømmers uavhengighet (Herweg, Zahariadis, Zohlnhöfer 2018, 18).

Tvetydighet er grunnleggende for teorien, og utfordrer konseptet om rasjonell og trinnvis problemløsning, ved å understreke utfordringen med ulike tilnærminger til de samme fenomenene (Zahariadis 2007, 66).

Den andre antagelsen innenfor MSF er at politiske skapere jobber under betydelig tidspress. Med begrenset tid, må beslutninger tas effektivt, som igjen begrenser bredde og antall alternativer for hvor oppmerksomheten rettes (Zahariadis 2007, 68-69). Tvetydighet og tidsmessigrekkefølge anses som nøkkelkonsepter innenfor MSF og vil utdypes under “3.2.6 Nøkkelkonsepter: Tvetydighet og tidsmessig rekkefølge”.

Problematiske politiske preferanser er en følgekonsekvens av tvetydighet og timing, ettersom aktørers preferanser ikke er satt og varierende informasjon blir inkludert underveis i beslutningsprosessen. Teknologisk uklarhet angår prosesser hvor involverte aktører kun kjenner til sitt eget ansvarsområde i prosessen, og det helhetlige bildet ikke hensyntas underveis. Det henger også sammen med flytende deltakelse som angår hvordan involverte aktører er i stadig utskiftning (Herweg, Zahariadis, Zohlnhöfer 2018, 18-20).

Strømmer som flyter gjennom systemet er individuelle, og er den siste antagelsen til MSF. Antagelsen sikter til rammeverkets tre strømmer, og hvordan de flyter parallelt med hverandre, som underbygger antagelsen om parallell systemisk oppmerksomhet.

Rammeverket består av fem elementer: tre ulike strømmer, politiske vindu og politiske entreprenører. Strømmene eksisterer parallelt, men er forskjellig fra hverandre. Hver strøm har sitt eget konsept og dynamikk. Kingdon (2003) kaller strømmene for “problem stream”, “policy stream” og “political stream” og i denne studien er begrepene oversatt til saksstrøm, løsningsstrøm og politikkstrøm. Ved gitte tidspunkt kobles strømmene og skaper det som kalles for et politisk vindu.

#### 3.2.1 Saksstrøm

Saksstrømmen består av elementer i samfunnet som politiske aktører og borgere ønsker adressert i den politiske diskursen. Strømmen kan både bestå av saker som skjer uventet og krever fokus, og av saker og prinsipper som eksisterer over lengre tid og gradvis eller

plutselig tilegner seg fokus. Forholdene i saksstrømmen kan bemerkes ved hjelp av ulike forklarende elementer: indikatorer, fokuserende hendelser, krise eller mektige symboler. Medieoppslag om en bestemt sak som plutselig får mye oppmerksomhet og fanger borgernes interesse (Zahariadis 2007, 70-71), eller rutinemessige publiseringer av statistiske analyser og budsjetter, som arbeidsledighet eller statsbudsjett (Herweg, Zahariadis og Zohlnhöfer 2018, 21) er eksempler på indikatorer. Ofte er ikke indikatorene alene tilstrekkelig for at en sak fanger oppmerksomheten til folk i og omkring myndighetene. Saken kan trenge en fokuserende hendelse, et “dytt” som kan bestå av en krise eller ulykke, et mektig symbol eller personlig opplevelse for politiske skapere, som tvinger fokus i retning problemet (Kingdon 2003, 94-95).

Direkte oversettelse fra engelsk til norsk kan være noe forenklende da “problem” på engelsk kan være mer nyansert enn den norske definisjonen av ordet. For å unngå negativt ladet betegnelse av denne strømmen oversettes begrepet til saksstrøm i denne oppgaven. Begrepet oppleves mer nøytralt på norsk, men samtidig beskrivende av innholdet i strømmen i henhold til MSF.

### 3.2.2 Løsningsstrøm

Kingdon (2003, 116) beskriver denne strømmen som idéer som flyter om hverandre i det han kaller for et politisk samfunn. Det politiske samfunnet er et bilde på gruppen av de ulike aktørene som er spesialister på sitt felt. Det kan bestå av forskere, byråkrater og ansatte i sentralforvaltningen, ansatte innenfor planlegging, budsjettering og evaluering, akademikere og interessegruppearanalytikere. Hver aktør har sin egen oppfatning om hva som kan være fremtidige retninger og spesifikke forslag for utvikling. Idéene presenteres for hverandre på formelle og uformelle vis, som for eksempel i sosiale sammenkomster, via artikler, høringer og lovforslag.

Prosessen innenfor strømmen preges av argumentasjon (Herweg, Zahariadis og Zohlnhöfer 2018, 23). Involverte aktører er talsmenn for sine idéer som gjennomgår perioder hvor ideene presenteres for andre og løsningsalternativer konsentreres. Etter hvert vil utvalgte politiske løsninger tre foran andre og bli tydeligere alternativer for beslutningstakere. Bevegelse i løsningsstrømmen kan også forekomme gjennom ekstern påvirkning, eksempelvis ved å presentere løsninger som har vært implementert i andre land som dermed øker styrken for argumentasjonen om det er en god løsning eller ikke (Herweg, Zahariadis og Zohlnhöfer 2018, 23).

Kingdon kaller opprinnelig strømmen for “policy stream”, men i herværende studie oversatt til løsningsstrøm. Bakgrunnen for oversettelsen henger sammen med den tredje strømmen, politikkstrøm. Det kan være utfordrende å oversette “policy” og “politics” til norsk med tydelige skillelinjer. Derfor er strømmene titulert med tydelige skiller som skal gjenspeile strømmens innhold. Løsningsstrøm kan likevel være noe misvisende, ettersom ikke alle ideer som eksisterer i strømmen oppfattes, er tenkt å være, eller ender opp som løsninger, men formålet med argumentasjon og idémyldring blant aktører vil ideelt sett være å identifisere aktuelle løsninger som potensielt kan kobles til en sak eller til en utfordring i saksstrømmen.

### 3.2.3 Politikkstrøm

Politikkstrømmen består av tre elementer, nasjonal stemning, kampanjer med et visst politisk press og administrativ eller lovgivende endring (Herweg, Zahariadis og Zohlnhöfer 2018, 24-25).

I følge Herweg, Zahariadis og Zohlnhöfer (2018, 25) omhandler nasjonal stemning hvordan befolkningen i sin helhet tenker til gitte tidspunkt og i perioder. Det kan bety hva som er viktig for borgerne til ulike tidspunkt, og vil i større eller mindre grad være i kontinuerlig endring. Den nasjonale stemningen vurderes fra tid til annen gjennom ulike kanaler hvor folkets mening er vurdert. Stemningen gjenspeiles ofte i politikkstrømmens andre element som består av kampanjer, og som kan bli tydelig i interessegrupper i samfunnet. Det siste elementet i strømmen er administrativ eller lovgivende endring som kan forekomme ved valg eller endring av stillingsposisjoner. Med nye personer vil det være noe endring i verdigrunnlag og tankesett, som gjør at forslag som tidligere ikke har vært aktuelt kan komme på agendaen, og skape en endring (Herweg, Zahariadis og Zohlnhöfer 2018, 25). Kombinert med den nasjonale stemningen rundt hva som er viktig vil dette være den mest effektfulle påvirkningen til agendasetting (Zahariadis 2007, 73). I praksis betyr det at politikkstrømmen består av aktører som er direkte eller indirekte politisk involvert, som justerer balansen for handling som gagnar borgerne og myndighetene (Kingdon 2003, 163).

Et tydelig eksempel på hvordan den nasjonale stemningen kan endre seg og føre til utvikling, er emneknaggen #metoo som ble verdensomspennende på internett i 2017. Me-too-bevegelsen baserte seg på at kvinner delte historier fra arbeidslivet, angående tilfeller av uønsket seksuell oppmerksomhet, særlig knyttet til arbeidsplassen og skjeve maktforhold mellom menn og kvinner. Ved å merke innlegg med en emneknagg, vil de alle samles under en egen kategori på plattformen det deles fra. Bevegelsen startet på Twitter, og per 2018 var

emneknaggen #metoo brukt mer enn 19 millioner ganger (Anderson og Toor 2018). Ettersom bevegelsen gikk verden rundt kan “nasjonal” stemning være misvisende, men internasjonale bevegelser kan prege det nasjonale samfunnsbildet. Siden #MeToo har det blitt en større aksept for å varsle om forhold på arbeidsplassen og en rekke personer har måtte fratre sin stilling, som en konsekvens av egne handlinger. At det er forekommet politisk utvikling innenfor rettigheter og trygghet på arbeidsplassen, kan være et resultat av endring i nasjonal stemning.

#### 3.2.4 Politiske entreprenører

De tre strømmene i rammeverket eksisterer parallelt med hverandre og har et uavhengig forhold. Aktører som jobber aktivt med å forutse og planlegge kobling av strømmene for å kunne skape politisk endring eller stillstand, og kalles for politiske entreprenører. Kingdon (2003, 179) definerer politiske entreprenører som talsmenn som er villig til å investere deres ressurser – tid, energi, rykte og penger – for å promotere en posisjon i bytte mot en forventet fremtidig fordel i form av materielle, hensiktsmessige eller solidariske fordeler. Politiske entreprenører blir også omtalt som “idé-pushere”, de skaper ideer og ser viktigheten av å oppdage og tilpasse muligheter som kan skape en etterspørsel for den foreslåtte løsningen (Schneider mfl. 1995).

Kingdon (2003) understreker at politiske entreprenører er ikke bundet til en bestemt posisjon eller lokasjon. De kan blant annet være byråkrater, politikere eller forskere. Felles for vellykkede politiske entreprenører er tre ulike kvaliteter. Den første er høringsmuligheter. Det betyr at personen må enten være ekspert innenfor sitt felt, ha mulighet og evne til å tale for andre eller være i en autoritær beslutningstakende posisjon. Den andre kvaliteten er politiske entreprenørers politiske nettverk eller forhandlingsevner, som bidrar til mulighet for kontakt og påvirkning med offentlige tjenestemenn og beslutningstakere. Utholdenhet er den tredje kvaliteten. Evnen til å stå i sin argumentasjon og idé lenge nok til at man blir hørt eller at muligheten for innflytelse inntreffer, kan være en avgjørende faktor for påvirkning (Kingdon 2003, 180-181).

Innovativ tenkning, nettverk og taleevne er sentralt for politiske entreprenører, men god kunnskap om den politiske prosessen kan være avgjørende (Christopoulos og Ingold 2015, 477). I noen perioder vil det oppstå mulighetsrom for politisk påvirkning. Rommene kan bestå av at saker, løsninger og relevante aktører kobles sammen og kan skape en endring, og her vil



politiske entreprenører forsøke å gripe muligheten for at sin idé skal få innpass. Innenfor MSF kalles denne muligheten for politiske vindu.

### 3.2.5 Politiske vindu

Kingdon (2003) betegner politiske vindu som en kort tidsperiode hvor det er rom for å endre utvalgt politikk dersom aktørene som er involvert handler raskt. I dette vinduet kan de tre strømmene kobles sammen. Ved valg og administrativ endring som nye statsråder eller utskifting av regjeringspartier, skapes det forutsigbare politiske vindu. I forbindelse med forventet endring er det mulig for politiske entreprenører å planlegge når man skal gripe muligheten til å skape politisk endring. Uforutsette politiske vindu kan komme av sjokk og kriser i samfunnet. Dersom hendelsen kan assosieres med utvalgte saker i problemstrømmen vil det være en naturlig situasjon for politiske entreprenører å benytte seg av øyeblikket (Kingdon 2003, 168-169). Når politiske vindu lukkes kan muligheten for å bidra med innspillene som var tenkt, være borte. Det kan komme av at nye aktører er involvert frem til neste tidsrom, noe som krever at man må koble nye elementer i de tre strømmene sammen. Det eksisterer to grunnleggende typer politiske vinduer (Howlett 1998, 499). Skillet går mellom saksvindu (problem window) og politikkvindu (political window) som hovedtyper, begrunnet i årsaken til at vinduet åpnes. Et saksvindu kan åpnes som følge av at et nytt samfunnsfenomen fanger oppmerksomheten til myndighetene og andre relevante aktører. Et politikkvindu åpnes ved at et samfunnsfenomen blir aktuelt som følge av endring i omgivelsene, som for eksempel et regimeskifte eller at folkets meninger endrer seg (Howlett 1998, 499).

Basert på Kingdon har Howlett (1998) samlet de ulike beskrivelsene av politiske vinduer og lander på fire ulike typer: rutinemessige, overlappende, skjønsmessige og tilfeldige vinduer. Graden av institusjonalisering påvirker definisjonen, og baseres på hypotesen om at de mest institusjonaliserte typene av vinduer vil ha en høyere forekomst, og derfor ha den høyeste graden av forutsigbarhet (Howlett 1998, 500).

### 3.2.6 Nøkkelkonsepter: tvetydighet og tidsmessig rekkefølge

De sentrale antagelsene innenfor MSF understreker at politisk utvikling preges av tvetydighet og tidsmessig rekkefølge. At strømmene er parallelle, betyr at saker i saksstrømmen, løsninger i løsningsstrømmen og politikk i politikkvinduet eksisterer uavhengig av hverandre. Det betyr at det ikke nødvendigvis skapes en klar løsning til en bestemt sak, på



grunn av tydelige politiske elementer som for eksempel nasjonal stemning. Uklare rammer og tilnærminger til en sak kan bety at saken innehar høy grad av tvetydighet.

Feldman beskriver tvetydighet som en tilstand hvor det er flere tenkemåter å betrakte de samme omstendighetene eller fenomen (1989, 5). Tenkemåtene er gjerne ikke forenelige med hverandre, og dette skaper uklarhet, forvirring og stress rundt situasjonen. Ved tvetydighet vil ikke mer informasjon og kunnskap om temaet nødvendigvis lede til løsning (Zahariadis 2007, 66), men tvert imot kan det også komplisere koblinger mellom sak og løsning. Utfordringen med tvetydighet er at en sak gjerne ikke vil oppfattes likt mellom aktører, fordi definisjonen på fenomenet er vagt eller skiftende. Dersom oppfatningen av en sak er uklar, vil også preferansene knyttet til den være like utydelig, og dermed utfordrende å beregne hvilke tilnærminger som vil gagne flest på best mulig måte. (Zahariadis 2007, 67). Selv om saken i seg selv anerkjennes som en utfordring eller et problem, kan det være varierende perspektiver på hva som vil være en optimal løsning. Å ta valg i denne sammenhengen er ikke en måte å løse problemer på, men en forsøk på å gi mening til en delvis felles oppfattet virkelighet (Weick 1979, 175).

Utfordringene som tvetydighet fører med seg i forbindelse med å løse eller forbedre situasjoner i samfunnet, er i forbindelse med MSF årsaken til at timing også er et nøkkelkonsept i rammeverket. Hvem som legger merke til hvilken informasjon på hvilket tidspunkt, er kritisk for politisk utvikling ifølge MSF. Tid blir ansett som en unik og uerstattelig ressurs med null fleksibilitet i sin forekomst. Tidens begrensning understreker at beslutningstakernes største utfordring er ikke nødvendigvis å ta beslutningene eller håndtere oppgavene, men å fordele tiden effektivt (Zahariadis 2007, 68). Det innebærer at aktørene ikke vil ha mulighet til å prosessere all tilgjengelig eller relevant informasjon om alle mulige koblinger, og underbygger antagelsen om at relevante aktører har begrenset rasjonalitet. Utvalgte saker behandles i tidsmessig rekkefølge, og bidrar til at alternativenes plassering på tidslinjen kan ha en større innvirkning enn det faktiske omfanget av saken (Zahariadis 2007, 68).

MSF forklarer hvordan politisk utvikling kan forekomme, enten i form av agendasetting eller politisk endring. Forståelsen av det politiske samfunnet basert på fem grunnleggende elementer sentralt for utvikling, bidrar til å øke omfanget av det helhetlige bildet av aktørers verdigrunnlag og delsystemer som står sentralt i ACF. Kombinasjonen av dem kan dermed gi et bredere teoretisk grunnlag for å forstå hvordan ulikt utfall av den politiske prosessen kan forekomme innenfor lignende kontekst.

### 3.3 ACF og MSF - kombinert rammeverk

Enhver teori knyttet til den politiske prosessen setter søkelys på et begrenset sett av konsepter og forhold (Weible 2018, 1). Teorienes begrensninger fører til at en kombinasjon av rammeverk kan komplimentere hverandre, øke det teoretiske grunnlaget som studiens analyse baseres på, samt bidra til å gjøre saken mindre pressende fordi ulike perspektiv blir hensyntatt (Bandelow mfl. 2017). Rammeverkene sentrale antagelser om begrenset rasjonalitet hos aktører, samt hovedsakelig interessebasert grunnlag for politisk utforming muliggjør en kombinasjon hvor ACF og MSF kan utfylle hverandre. De sentrale nøkkelkonseptene belyser ulike perspektiv på forklaringer til politisk utvikling, og skaper en mulighet for å identifisere flere faktorer som kan være sentrale for at utvikling og endring skal forekomme eller stagnere – uten at konseptene trenger å utelukke hverandre for å eksistere.

Nøkkelkonseptet “eksterne forstyrrelser” som står sentralt i ACF-teori alene, kan kobles til forstyrrelser i strømmene ved MSF. Eksterne forstyrrelser i ACF appellerer til forstyrrelser som påvirker verdigrunnlaget til aktører, for eksempel en krise som medfører nye perspektiver på en sak. På samme måte kan en forstyrrelse i samfunnet skape bevegelse i strømmene. Dersom en sak har vært til stede i saksstrømmen over lang tid, og det skjer en krise som kan knyttes til saken, er det mulig at saken blir mer fremtredende og koblinger i løsningsstrømmen kan synliggjøres. Det kan også kobles til eksterne forstyrrelser i form av informasjon, som kan aktivere politikkstrømmen, og dermed skape muligheter for politisk endring.

Aktivitet i strømmene som fører til åpning av politiske vinduer kan relateres til aktivitet i koalisjoner. Politiske entreprenører jobber opp mot politiske vindu for å koble sammen de tre strømmene. Grupper som jobber for politisk endring kan også opptre som koalisjoner som arbeider mot en bestemt tilstand til et fenomen, enten for eller mot politisk endring (Meijerink 2005, 1065). Koalisjoner kan også være fremtredende i politikkstrømmen ved MSF. Aktørene deler politiske verdier, og samarbeider for å koordinere seg for påvirkning av et politisk felt (Jenkins-Smith mfl. 2018) Koalisjoner som samarbeider mot bestemt politikk kan derfor koble ACF sine koalisjoner med politikkstrømmen i MSF.

Både innenfor MSF og ACF er det politiske aktører som bidrar i den politiske prosessen til et gitt tidspunkt. Mens politiske entreprenører kobler problemer med løsninger i politiske vindu i et MSF-perspektiv, vil ACF vise til at aktører kan medføre stabilitet og kompromisser i koalisjoner (Christopoulos og Ingold 2015, 478). Fokus på aktører viser hvordan rammeverkene benytter konsepter som aktører og entreprenører for å forstå aktørers adferd i

forbindelse med politisk utvikling. Aktørers begrensede rasjonalitet er en overlappende antagelse mellom rammeverkene, og preger forståelsen om hvordan adferd kan påvirke utvikling og politisk endring. I kombinasjonen kan det bety at noen koalisjoner vil handle som politiske entreprenører, ved å arbeide for eller imot en bestemt endring ved et gitt tidspunkt. Rammeverkets nøkkelkonsepter tvetydighet, politisk-orientert læring, eksterne forstyrrelser og tidsmessig rekkefølge, er gjennomgående i studiens forskningsdesign og etablerer utgangspunktet for å bedre forstå forskjellige utfall av den politiske prosessen. Derfor er også de fire nøkkelkonseptene grunnlaget for operasjonalisering av teorien.

### 3.3.1 Operasjonalisering

For å identifisere politisk-orientert læring i analysen vil det søkes etter innhold som tilsier at ny informasjon er benyttet for å endre tankemåte, mekanismer eller prinsipper. Det kan for eksempel innebære rapporter om en tilstand i samfunnet, eller andre lands utvikling, men også i sammenhenger hvor folkemening eller personlige meninger spiller en rolle på utvikling.

Tvetydighet vil identifiseres gjennom oppfatning av elementene i casene, og kan innebære at oppfatningen av elementene er forskjellig for en enkelt aktør, eller mellom ulike kilder, at den er uklar og/eller ubesluttet, eller ved fravær av oppfatning. I tilfeller hvor det kan fremkomme at informasjon blir etterspurt kan tyde på tvetydighet.

Eksterne forstyrrelser vil være fremtredende i tilfeller hvor noe har skapt en oppblomstring av debatt, eller som har gitt grunnlag for informasjon som senere blir benyttet som læring. Det kan komme til syne både gjennom intervjutranskripsjonene, samt gjennom offentlige dokumenter hvor bakgrunnsinformasjon formidles.

Tidsmessig rekkefølge angår informasjon som omhandler tidsmessighet og som belyser hvordan tidsaspektet spiller inn på refleksjonene. Det er en viss risiko for at tidsmessig rekkefølge er det mest flytende konseptet, og må derfor tydeliggjøres om det kan ha en overlappende effekt med andre konsepter i analysen.

I innsamlet data vil det forsøkes å identifisere disse konseptene i den politiske prosessen, gjennom ulike erfaringer og perspektiver i datagrunnlaget. Studiens metodologiske del er utformet for å kunne oppfatte innholdet i refleksjonene, ved å bruke kvalitative metoder.

## Kapittel 4: Metode

Valg av forskningsstrategi er knyttet til hva man ønsker å studere og hvordan forskeren antar det lar seg gjøre på best mulig måte. Hvordan man fremlegger og forklarer sammensetningen av studien i sin helhet omtales som forskningsdesign. Et forskningsdesign skal ta utgangspunkt i å gi et valid svar til et spørsmål på en pålitelig og effektiv måte (Toshkov 2018, 219).

Forskningsdesignet for denne studien er en kvalitativ komparativ casestudie, med utgangspunkt i to caser. Datagrunnlaget er basert på kvalitative dybdeintervju og øvrige tekstbaserte dokumenter, som analyseres ved hjelp av kvalitativ innholdsanalyse. I dette kapittelet forklares hva de ulike elementene innebærer, og begrunnes beslutningene som er tatt i forbindelse med å utforme forskningsdesignet.

### 4.1 Kvalitativ metode

Studiens problemstilling tar utgangspunkt i å undersøke hvordan ulike utfall av den politiske prosessen forekommer innenfor lignende kontekster. Kvalitative metoder har som hovedmål å forklare forskjellige utfall blant ulike caser (Mahoney og Goertz 2006, 230), og er dermed et godt utgangspunkt for å benytte kvalitative metoder til å besvare problemstillingen.

Kvalitative metoder fokuserer på detaljerte, tekstbaserte svar som kobles til historie og/eller personlige observasjoner og refleksjoner fra deltakere i politiske institusjoner, hendelser, saker eller prosesser, og skaper fyldige beskrivelser og analyser (Vromen 2018, 237).

Vromen (2018, 245) understreker fire kjerneegenskaper ved kvalitativ forskning i statsvitenskap:

1. Induktiv analyse som er basert på premissene om å oppdage kategorier og være utforskende med åpne spørsmål.
2. Et holistisk perspektiv som søker forståelse for hele fenomenet og den komplekse, gjensidige avhengigheten mellom saker av interesse.
3. Kvalitativ og adaptiv datakolleksjon basert på detaljert tykk dybdebeskrivelse, med en tilpasningsdyktig forskningsprosess i henhold til endring i situasjoner og mulighet til å oppdage nye retninger dersom de oppstår.
4. Empatisk nøytralitet, at en forskers agenda er å forstå et komplekst, sosialt samfunn med empati og uten fordommer.

De fire nøkkelkonseptene tvetydighet, politisk orientert læring, eksterne forstyrrelser og tidsmessighet fra det teoretiske rammeverket er grunnlaget for studiens analyse. Å identifisere konseptene i innsamlet data vil bidra til å forklare årsakene til varierende utfall av den politiske prosessen. Konseptene gjør seg bemerket gjennom aktørers refleksjoner, basert på oppfatninger og erfaringer. Det vil derfor være nyttig å benytte en metode som skaper rom for at informanter kan dele kunnskap som etter deres oppfatning er av betydning.

Ved casen som angår influencerbarn er det særlig interessant å forme en oppfatning av saken basert på informantenes perspektiver, da den ikke er tydelig definert i samfunnet for øvrig til sammenligning med retusjert reklame-casen. For å kunne oppnå dette vil det være nødvendig å legge et grunnlag for å oppdage kategorier som casen kan falle inn under, og utforske ulike nyanser i beskrivelsen. Det underbygger premissene om åpne spørsmål som søker forståelse. Ved å se nærmere på utvalgte caser som tilfeller av noe, for å forstå bedre forklaringer koblet til varierende utfall av politisk utvikling, tilnærmes prosessen med et holistisk perspektiv. Etter hvert som informantene deler sine perspektiver oppstår ny informasjon som gjør at forskningsdesignet må ha mulighet for tilpasning og støtter dermed egenskapen som gjelder tilpasningsdyktig forskningsprosess. Det viser seg eksempelvis i informantenes perspektiv angående casenes tidsmessighet, som igjen vil bidra til tidsmessig avgrensning. Informanter som deler refleksjoner fra ulike perspektiver, vil være en bidragsyter for empatisk nøytralitet til forståelsen av fenomenet.

Studios forskningsdesign redegjør dermed for kjerneegenskapene ved kvalitative metoder og hvorfor det er anvendelig i forbindelse med denne casestudien.

#### 4.2 Casestudier

Casestudie som metode konseptualiseres av Rohlfsing som *“en empirisk analyse av et lite utvalg av avgrensede fenomener som er tilfeller av en populasjon av lignende fenomen”* (Rohlfsing 2012, 27). Det er en undergruppe av kvalitative metoder som kan bidra med å utvikle generaliseringer om samfunnet og bedømme hvilke generaliseringer om samfunnet som er mer passende enn andre (George og Bennett 2005, 19).

I følge Yin (2018, 15) er definisjonen av casestudier som forskningsmetode todelt. Den første delen tar utgangspunkt i å avklare studiens omfang:

- Studien undersøker et moderne fenomen i dybden og innenfor en virkelig kontekst

- Grensene mellom fenomenet og konteksten kan være utydelig

Definisjonens første del bidrar med å skape skillelinjer mellom casestudier og andre forskningsmetoder. Eksempelvis vil et eksperiment som metode skille et fenomen fra en kontekst, og kontrollere varierende faktorer for å undersøke hva som påvirker fenomenet, historisk forskning kan ha mange likhetstrekk, men undersøker ikke **moderne** samfunnsfenomen, og spørreundersøkelser har en begrenset evne til å undersøke konteksten (Yin 2018, 15).

Den andre delen av Yin (2018, 15) sin definisjon omhandler en casestudies funksjoner, skillet mellom kontekst og fenomen, og baserer seg på at denne metoden vil

- Takle den tekniske særskilte situasjonen hvor det er flere interessante variabler enn enkle data
- Dra fordeler av tidligere utvikling innenfor teoretiske proposisjoner for å guide designet for datainnsamling og analysen til et nytt resultat
- Baseres på flere kilder og at data konvergeres

Med en omfattende variasjon angående hvordan casestudier kan benyttes som metode bidrar den todelte definisjonen til å dekke både omfanget og egenskapene ved en casestudie overordnet sett. Den brede definisjonen synliggjør hvordan en casestudie kan være aktuell å bruke i ulike studier basert på hvilket fenomen som studeres, hvordan man studerer det eller hva som er målet med studien. Et tydelig skille i teorien er om man ønsker å beskrive hvorfor noe er som det er, eller undersøke nærmere kausale sammenhenger mellom ulike fenomen eller innad i et fenomen. Rent teoretisk skiller Gerring (2017) mellom deskriptive og kausale casestudier, men argumenterer også for at de to formene for casestudier er avhengig av hverandre i praksis (Gerring 2012). For å forstå hvordan de henger sammen vil det innledningsvis beskrives hvordan teorien tilnærmer seg forskjellen mellom deskriptive og kausale casestudier.

Deskriptive casestudier har som formål å beskrive et vanlig mønster eller et mønster som lar seg identifisere i populasjonen studien tar utgangspunkt i. Deskriptive studier deles igjen mellom typiske og mangfoldige (Gerring 2017, 56). Ved typisk casestudie refereres det til at en case er representativ, i den forstand at man kan generalisere innsikten fra casen til lignende

caser i populasjonen (Rohlfing 2012, 66) og vil ha som intensjon om å representere den sentrale tendensen av en distribusjon i samfunnet (Gerring 2017, 56). Mangfoldig casestudie har som ideal å bestå av caser som har et spenn som dekker hele spekteret av grader til årsak og/eller utfall. I likhet med typiske casestudier har mangfoldige casestudier et mål om å kunne generalisere kausale slutninger (Rohlfing 2012, 70), men innenfor mangfoldige casestudier ønsker man altså å oppnå generalisering ved å hensynta diversiteten innenfor fenomenet som casene representerer (Gerring 2017, 58).

Dersom en casestudie baseres på sammenhengen mellom at en faktor påvirker en annen, betegnes det som kausale casestudier. Kausale sammenhenger innenfor casestudier skilles ved tre betegnelser. Utforskende casestudier som tar utgangspunkt i å undersøke hvordan en faktor kan påvirke en annen, estimerende, som forsøker å estimere en kausal effekt, og diagnostiserende, som vil bidra til å bekrefte, avkrefte eller avgrense en hypotese (Gerring 2017, 66).

Teoretisk sett er det altså et tydelig skille mellom deskriptive og kausale casestudier, men det er utfordrende å karakterisere studier som fullstendig deskriptive eller kausale, tatt i betraktning at kausale oppfatninger bygger på deskriptive forståelser (Gerring 2012, 729). I praksis kan det være nyttig å anerkjenne fordelene med en overlappende effekt, eksempelvis i denne studien hvor tvetydighet er et sentralt konsept, hvor det er et grunnleggende behov for beskrivelse av hva casene innebærer. For å forstå kausale sammenhenger mellom elementer i casene, er det fundamentalt at man har en tydelig forståelse av hva elementene innebærer og hvordan de former casene, før man kan redegjøre for hvordan de henger sammen. Casene består av mange lignende elementer, men har forskjellig utfall, og samtidig undersøker studien faktorer som kan påvirke utfallet og sammenhengen mellom dem. Studien betegnes derfor som en kombinasjon mellom deskriptiv typisk og kausal utforskende casestudie.

Rohlfing (2012, 27) sin definisjon av case understreker viktigheten av casens tilhørighet til en populasjon. At en case tilhører en populasjon tilsier at generalisering kan være gjennomførbart fordi casene innenfor populasjonen er lignende. Med "lignende", menes at de ikke er identiske, men i henhold til en spesifikk problemstilling kan de være lignende tilfeller av noe (Sartori 1991). Populasjonen i denne sammenhengen kan sees ved ulike nivåer. Det nærmeste nivået vil angå saker som angår politisk utvikling og barns trygghet i digitale sammenhenger, mens neste nivå kan gjelde saker som angår politisk utvikling i digitale

sammenhenger eller politisk utvikling i forbindelse med barns trygghet generelt. Det bredeste nivået i for populasjonen i denne studien angår politisk utvikling med varierende utfall.

#### 4.2.1 Caser

I utformingsfasen av prosjektet var det saken som angår influencerbarn som fanget interesse. Hvordan kan det ha seg at et marked på Instagram som til stadighet utvikler seg og ekspanderer, samtidig ikke fanger politisk oppmerksomhet? Samfunnets kontinuerlige fokus på å ivareta barns beste, samt utvikling og regulering av privat markedsvirksomhet, har ikke koblet sammen disse områdene som er tilknyttet hverandre i det “parallele” samfunnet som utvikler seg på internett. Ved å starte forskningsprosessen ved caser og deres utfall, og videre bevege seg bakover mot potensielle årsaker, vil en kvalitativ analyse forsøke å forklare årsakssammenhenger (Mahoney og Goertz 2006, 230). For å prøve å forstå fravær av politisk engasjement rundt dette, ble det søkt etter en sak som kunne være relevant for å belyse et annet utfall, men i en lignende kontekst.

Endring av markedsføringsloven ved innføring av plikt om merking av retusjert reklame ble etter innstilling fra familie- og kulturkomiteen vedtatt av Stortinget 2. juni 2021 (Stortinget 2021). Formålet med lovendringen er å bidra til å redusere kroppspress blant barn og unge, ved å understreke at idealer som presenteres i reklame er urealistiske. I proposisjon 134L til Stortinget (Barne- og familiedepartementet 2021) presenteres utdrag fra anmodningsvedtakene, og sosiale medier nevnes som en sentral faktor for negativ påvirkning for unges psykiske helse. I mediebildet preges debatten av ulike aktører og blant dem er ulike influencere som Kristin Gjelsvik og Janka Polliani, ungdomsorganisasjonen Press Redd Barna og Barneombudet.

Samfunnsfenomenene casene representerer er tilfeller av problemstillinger som reises i forbindelse med utviklingen av digitale medier, og hvordan det digitale samfunnet innehar elementer som påvirker mennesker i det “virkelige” samfunnet. Sosiale medier og influencere har en spesiell dimensjon i nettbaserte samfunn, da det skapes et tillitsforhold mellom følgere og kontoinnehaveren. Daglige oppdateringer og kontinuerlig eksponering legger et grunnlag for en oppfatning av personlig relasjon mellom forbruker og leverandør, som igjen øker innflytelsen influencere har på sine følgere.



Denne studien retter oppmerksomhet mot empiriske fenomen hvor barn deltar, og i noen tilfeller utnyttes, basert på kognitiv utviklingsnivå og manglende evne til kritisk innvending, enten i forbindelse med reklame som gir feilaktig presentasjon av hvordan det er å være menneske, eller knyttet til barnas egne rettigheter i forbindelse med foresattes virksomhet på sosiale medier. Casene er altså valgt fordi de dekker et spenn mellom årsaker og utfall innenfor distribusjon av utfall, og kan kalles et distribusjonsbasert utvalg (Rohlfing 2012, 61).

Faktorer som gjør at casene kan defineres som lignende tilfeller i en populasjon, er i hovedsak relevante og involverte aktører, barns rolle og rettigheter, at casene utspiller seg hovedsakelig på internett i sosiale medier og hvem som har det offentlige ansvaret knyttet til casene.

Moralske betraktninger knyttet til barns rolle og hvordan de utnyttes til fordel for økonomisk vinning, enten som godtroende forbrukere eller tillitsfulle deltakere, er vel så relevant i den ene som den andre casen. Normer og verdigrunnlag som angår barns beste står ellers sterkt i samfunnet, og er grunnlovsfestet under barns rettigheter i § 104 (Grunnloven, § 104, 1814).

Det skaper en forventning om at barn og sosiale medier er en debatt som løftes.

Forventningene oppfylles i casen som omhandler retusjert reklame, mens influencerbarna har enda politisk oppmerksomhet til gode. Den felles forventningen til normer og verdigrunnlag i samfunnet angående temaet, bidrar til å ramme inn casenes tilknytning til hverandre. I kapittel fem vil likheter og forskjeller drøftes videre sett i lys av innsamlet data.

For å konkretisere casenes innhold, og skape et begrenset omfang av fenomenet casen består av, benyttes tidsmessig og substansiell avgrensning (Rohlfing 2012, 24).

Tidsmessig avgrensning forekommer sjeldent naturlig da det er mange måter å forklare eller sammenkoble oppstandelsen til et fenomen til et annet, og fører til at casen sin tidsmessige start er en avgjørelse som forskeren må ta. Denne studiens avgrensning vil basere seg på at tidslinjen inkluderer de aspektene som er relevante for å studere ulikt utfall av politisk utvikling. Det innebærer at avgrensningen som er aktuell er forskjellig mellom casene, da de har oppstått eller blitt aktualisert som samfunnsfenomen ved ulike tidspunkt.

I intervjuet av en rådgiver i barne- og familiedepartementet (Informant 4, se Tabell 2) ble det formidlet at diskusjonen angående retusjert reklame og negativ påvirkningskraft startet allerede under Stoltenbergs regjering (2005-2013), men ble for alvor satt på den politiske agendaen igjen i 2018 under Solbergs regjering (2013-2021). Informant 2 fra PRBU opplyser om at organisasjonen har jobbet med utfordringer knyttet til retusjert reklame i mer enn ti år.

Oppfatningen av casens tidsmessighet blant informantene bidrar til å avgrense casen til å omhandle tidsperioden fra Stoltenberg-regjeringen til nåtid.

Casen som omhandler influencerbarna er ikke enda politisk debattert, og det er dermed ingen offentlige dokumenter som kan stadfeste en oppstartstid for når saken ble anerkjent som et samfunnsfenomen. Influencerbarn som fenomen har utviklet seg over tid, og blir stadig mer etablert som en del av samfunn og plattformer på internett. Den mest kjente mammabloggen ble etablert av Anna Rasmussen i 2011, og het “Mamma til Michelle” (hvor Michelle er bloggerens datter). Den ble raskt blant Norges mest leste, og i 2015 hadde bloggeren en inntekt på 2 225 520 millioner kroner (Newth og Svendsen, 2016). Derfor avgrenses tidsperioden angående influencerbarnacasen til å gjelde fra 2011, da det kan anses som influencerbarnas første tydelige tilstedeværelse, til nå.

Substansiell avgrensning kan forekomme i flere ledd, og kan eksempelvis angå et politisk tema eller en institusjon, eller et visst perspektiv på en spesifikk sak. Avgrensningene som angår tidsmessighet eller det substansielle rammer må komplementere hverandre ved minst én faktor (Rohlfing 2012, 25), eksempelvis politiske beslutninger innenfor en gitt sak.

Substansiell avgrensning ved den første casen vil gjelde innføring om krav til merking av retusjert reklame, og kan avgrenses basert på innholdet i Proposisjon 134L og lovendringen.

Casen om influencerbarn preges av diffuse rammer, og kan bidra til at avgrensning kan være utfordrende. I hovedsak gjelder saken barn som deltar i kommersielt innhold på foresattes internettbaserte virksomhet. Det første klare eksempelet på influencerbarn er “Mamma til Michelle”. Bloggen eksisterte for å utbrodere om livet som 15 år gammel mamma, som betyr at virksomheten ble etablert og utviklet med barn som deltaker. Nå har flere av bloggerne, inkludert Anna Rasmussen, flyttet næringsvirksomheten sin til andre plattformer, og omtales hovedsakelig som “influencere”. I denne studien er bloggere og influencere regnet som samme type aktører, men konseptet og “tittelen” har utviklet seg i tråd med digital utvikling. Den substansielle avgrensningen vil derfor innebære mamma- og familiebloggere og influencere som deler kommersielt innhold basert på familieliv og som inkluderer barn i reklame på sosiale medier.

#### 4.2.2 Komparativ metode

Sartori (1991, 244-245) understreker at å benytte komparativ metode kan forstås som kontroll i eksperiment. Gjennom kontekstuelle beskrivelser av casene kan man identifisere likheter og ulikheter mellom dem, som igjen kan brukes for å sammenligne hvilke faktorer som er fremtredende eller fraværende (Landman 2000, 5). Resultatet vil da kunne benyttes til forklaring av kausale sammenhenger mellom faktorer og utfall av den politiske prosess. De lignende elementene i konteksten til casene, samt ulikheten ved politisk utfall som er presentert under “4.2.1 Caser”, er grunnlaget for antagelsen om casene er sammenlignbare. Gjennom kategorisering av datagrunnlaget, vil analysen baseres på komparasjon av forskjeller og likheter som fremtrer gjennom de teoretiske nøkkelkonseptene.

Med mange lignende elementer, men ulikt utfall kan det antyde til forskningsstrategien som kalles “Most similar systems design” (MSSD). MSSD som forskningsstrategi innebærer at man er bevisst på alle relevante karakteristikkene casene består av, for å kunne redegjøre for at sammenligningsgrunnlaget er komplett. Når alle faktorene som spiller en rolle for utfallet er tatt i betraktning vil det muliggjøre årsaksforklaringer mellom casenes egenskaper og utfall (George og Bennett 2005, 81). Å oppnå en nøyaktig MSSD-studie er mål som er utfordrende. Det vil si at forskeren må være bevisst på alle faktorer som casene består av og hvilke av dem som kan spille en rolle på utfallet. Informasjon som avdekkes i datainnsamling og analyse, kan bidra til å inkludere nye perspektiver på casene. Det betyr at man ikke kan avklare i forkant om studien kan kategoriseres som en MSSD-studie. I studiens konklusjon vil det derfor inkluderes en refleksjon angående forskningens resultater og om det kan betegnes som MSSD.

#### 4.3 Datagrunnlag

Datagrunnlaget for denne studien består av transkripsjoner fra kvalitative intervjuer, offentlige dokumenter, debattinnlegg, og visuelle virkemidler i form av videoklipp og bilder på sosiale medier. Intervjuene er primærkilder for studien, og er data “*som ligger nærmest i tid og rom i forhold til det som skjedde, blant de kildene vi har til rådighet*” (Kjelstadli 1999, 177). Det vil si at informasjonen som ble tilgjengelig gjennom intervjuing er innsamlet med hensikt om å spesifikt belyse problemstillingen som er aktuell. Teori om intervjuing og utfyllende informasjon om informanter og intervjuguide vil forklares nærmere under delkapittel 4.3.2.

Dokumentutvalget er benyttet med tre formål. For det første synliggjør utvalget hvilken informasjon som er tilgjengelig, og bidrar dermed til å etablere hvilken data som er interessant å undersøke nærmere gjennom intervjuer. For det andre vil dokumentutvalget kunne utfylle informasjonen som blir formidlet i intervjuene i ettertid. Det tredje aspektet baserer seg på at innholdet i dokumentene kan belyse perspektiv på besvarelsen av problemstillingen som ikke lar seg innsamle gjennom intervju. Det kan for eksempel vise seg dersom en aktør takker nei til å delta i studien, men har uttalt seg i samfunnsdebatten ved andre anledninger. Aktørens refleksjoner kan da likevel benyttes i analysen.

#### 4.3.1 Skriftlige og visuelle datakilder

I Tabell 1: «Dokumentutvalg» presenteres utvalget av skriftlige og visuelle datakilder som er benyttet i studien. Det skilles mellom to bruksområder, bakgrunnsinformasjon som har bidratt til utforming av studien og datagrunnlag som er benyttet for analytiske formål.

Tabell 1: Dokumentutvalg

Type dokument	Tittel	Benyttet som	Kobling <sup>1</sup>
Høringsnotat	Forslag til endringer i markedsføringsloven - merking av retusjert reklame mv. (Barne- og familiedepartementet 2019)	Datagrunnlag	<a href="https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/hoeringsnotat--forslag-til-endringer-i-markedsforingsloven--merking-av-retusjert-reklame-mv/id2680609/">https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/hoeringsnotat--forslag-til-endringer-i-markedsforingsloven--merking-av-retusjert-reklame-mv/id2680609/</a>
Representantforslag	Representantforslag 187 S om kroppspress og reklameindustrien	Datagrunnlag	<a href="https://www.stortinget.no/globalassets/pdf/representantforslag/2017-2018/dok8-201718-187s.pdf">https://www.stortinget.no/globalassets/pdf/representantforslag/2017-2018/dok8-201718-187s.pdf</a>
Proposisjon LV	Prop 134L. Endringer i markedsføringsloven mv. merking av retusjert reklame. (Barne- og familiedepartementet 2019)	Datagrunnlag	<a href="https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-134-l-20202021/id2842301/">https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-134-l-20202021/id2842301/</a>
Avisartikkel	<i>“Frankrike: Barne-influensere skal beskyttes fra sine foreldre”</i>	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://www.nrk.no/urix/frankrike_-barne-influensere-skal-beskyttes-fra-sine-foreldre-1.15198578">https://www.nrk.no/urix/frankrike_-barne-influensere-skal-beskyttes-fra-sine-foreldre-1.15198578</a>
Debatt-innlegg	<i>“Advarer foreldre på Instagram: Mange foreldre deler flittig bilder av og informasjon om barna sine på sosiale medier. Men om de burde hatt rett til det er et viktig spørsmål.”</i>	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/R9op6a/advarer-foreldre-paa-instagram">https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/R9op6a/advarer-foreldre-paa-instagram</a>
Debatt-innlegg	<i>“Kritiserer bloggere for baby-spons: Flere norske kjendiskvinner bør skjønne at barnet deres ikke har samme funksjon som en Chanel-veske.”</i>	Datagrunnlag	<a href="https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/m62E5v/morten-hegseth-kritiserer-bloggere-for-baby-spons">https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/m62E5v/morten-hegseth-kritiserer-bloggere-for-baby-spons</a>
Avisartikkel	<i>“Julianne “Pilotfrue” Nygård om barnespons-debatten: - Feigt at alle gjemmer seg. Bloggeren reagerer på at flere velger å gjemme seg når kritikken om eksponering av</i>	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://www.vg.no/rampelys/i/yv2wEE/julianne-pilotfrue-nygaard-om-barnespons-debatten-feigt-at-alle-gjemmer-seg">https://www.vg.no/rampelys/i/yv2wEE/julianne-pilotfrue-nygaard-om-barnespons-debatten-feigt-at-alle-gjemmer-seg</a>

<sup>1</sup> Alle koblinger er sjekket for tilgjengelighet 4. juni 2022

	<i>barn kommer frem</i>		
Debatt-innlegg	<i>“Ut mot hårsåre bloggere: - Vi må tåle at ikke alle er enige med oss hele tiden”</i>	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/oRjKAj/ut-mot-haarsaare-bloggere-vi-maa-taale-at-ikke-alle-er-enige-med-oss-hele-tiden">https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/oRjKAj/ut-mot-haarsaare-bloggere-vi-maa-taale-at-ikke-alle-er-enige-med-oss-hele-tiden</a>
Avisartikkel	<i>“Kritiske til bloggere som fronter barna: - Bør lages nye kjøreregler”</i>	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://www.vg.no/rampelys/i/21AmE4/kritiske-til-bloggere-som-fronter-barna-boer-lages-nye-kjoereregler">https://www.vg.no/rampelys/i/21AmE4/kritiske-til-bloggere-som-fronter-barna-boer-lages-nye-kjoereregler</a>
Debatt-innlegg	<i>“Privatliv og likes – Bilder av barn deles daglig av foreldre på nett uten at barna har blitt spurt”</i>	Datagrunnlag	<a href="https://www.dagsavisen.no/debatt/2019/05/07/privatliv-og-likes/">https://www.dagsavisen.no/debatt/2019/05/07/privatliv-og-likes/</a>
Instagram	Videoklipp hvor Kristin Gjelsvik (influencer) debatterer retusjert reklame med Janka Polliani (influencer), Lea Mariero (leder for Press Redd Barna Undom) og Kjell Ingolf Ropstad (daværende statsråd)	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0QjE3ODQ0MDIzNDk4NjA1ODY2?story_media_id=2582034140241572463_27065071&amp;igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0QjE3ODQ0MDIzNDk4NjA1ODY2?story_media_id=2582034140241572463_27065071&amp;igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>
Instagram	Videoklipp hvor Kristin Gjelsvik debatterer barn og eksponering i kommersielle sammenhenger	Datagrunnlag	<a href="https://www.instagram.com/tv/CNiOh5lBjGZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://www.instagram.com/tv/CNiOh5lBjGZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a>
Klipp fra NRK	Fra talk-showet Lindmo, Gjelsvik gjester og debatter barn og eksponering i kommersielle sammenhenger	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://tv.nrk.no/serie/lindmo/2020/MUHU06000620">https://tv.nrk.no/serie/lindmo/2020/MUHU06000620</a>
Magasinartikkel	«Mamma til Michelle»: - Jeg sliter veldig om dagen	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://www.seher.no/kjendis/mamma-til-michelle---jeg-sliter-veldig-om-dagen/64071309">https://www.seher.no/kjendis/mamma-til-michelle---jeg-sliter-veldig-om-dagen/64071309</a>
Master-oppgave	<i>“Sharenting” – en trussel mot barn sitt personvern? En kvalitativ studie av eksponering av barn i sosiale medier</i>	Bakgrunnsinformasjon	<a href="https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/bitstream/handle/11250/2784524/no.ntnu:inspera:56553943:9628875.pdf?sequence=1">https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/bitstream/handle/11250/2784524/no.ntnu:inspera:56553943:9628875.pdf?sequence=1</a>

Datautvalget bidrar til den substansielle avgrensningen av casene, og synliggjør overlappende og relevante aktører mellom casene. Innholdet i dokumentene har også bidratt til å identifisere hvem som har vært aktuell å invitere til deltakelse i studien.

#### 4.3.2 Kvalitativt dybdeintervju

I forskning brukes kvalitative intervjuer når man ønsker å oppfatte verden fra informantens perspektiv, ved å utforske deres opplevelser og erfaringer (Brinkmann og Kvale 2015, 3). Et kvalitativt intervju skal gi innblikk i informantens livsverden, hvordan deres oppfatning av verden etablerer et synspunkt og hva som er meningen bak det som blir sagt eller hvordan det sies. Kunnskapen som deles utforskes i ord og ikke tall, og er dermed det største skillet mellom kvalitative og kvantitative studier. Med ord i fokus kan man gå i dybden når det kommer til deskriptive tolkninger av et fenomen, og kan belyse variasjoner av individers oppfatning av omverden. Som intervjuer er det en viktig oppgave å holde fokus på nettopp fenomenet som skal undersøkes, men i tillegg skape rom for at informanten kan trekke frem de elementene som oppleves interessant eller viktig for å belyse temaet (Brinkmann og Kvale 2015, 32-35).

Det er aktuelt å benytte intervju som metode i denne studien fordi, som det teoretiske rammeverket tilsier, aktørers oppfatning av et fenomen er en relevant faktor i forbindelse med politisk endring og agendasetting i den politiske prosessen. Gjennom en semistrukturert samtale hviler fokuset på de utvalgte casene, men informantene kan reflektere fritt rundt personlig oppfatning og erfaring av casenes som studeres. Målet med datainnsamlingen å oppnå en dybdeforståelse av hvordan casene oppfattes og håndteres. Ved hjelp av relevante aktørers innsikt vil det gjøres et forsøk på å forstå utfall av politisk utvikling bedre. Generalisering av informasjonen vil belyse utvikling innenfor digitale medier, og særlig knyttet til spørsmålene som angår barn og markedsføring.

#### *Valg av informanter*

I startfasen av prosjektet var formålet å samle et utvalg av informanter som kunne belyse casene fra ulike perspektiv. Det ble sendt 39 forespørsler om deltakelse i studien til aktører eller organisasjoner som fremstod relevant. Det tenkte utvalget inkluderte aktører og organisasjoner som enten er knyttet til barns rettigheter, rettigheter i forbindelse med arbeid eller forbundet med digitale medier. Aktører som har uttalt seg offentlig om enten begge eller én av casene er også aktuelle kandidater, ettersom refleksjoner og perspektiv på forskjeller og

likheter mellom casene er svært interessant for studiens problemstilling. Et slikt utvalg er kalt “pragmatisk utvalg”, da potensielle informanter er valgt ut på en pragmatisk eller skjønnsmessig måte (Grønmo 2004, 100). Utvelgingen er foregått både strategisk og snøballbasert. Strategisk utvelging i denne forbindelse vil si at det er foretatt systematiske vurderinger av hvilke informanter som er relevant, basert på studiens rammeverk og opplegg for analyse (Grønmo 2003, 103). Snøballutvelging har forekommet i de tilfellene hvor en aktør har mottatt forespørselen, men videresendt til en person de oppfatter er mer relevant for å belyse problemstillingen (Grønmo 2003, 117).

Av 39 forespørsler til ulike grupper av aktører var det sammenlagt fem personer som hadde mulighet til å stille til intervju. Det var mange avslag og manglende respons, som utelukker muligheten til å belyse visse perspektiv som kunne vært relevant fra aktørenes ståsted. Deres fravær fra studien kan likevel benyttes som data, ved å diskutere innholdet i avslaget eller den fraværende responsen. Hvordan det benyttes som data presenteres i kapittel 5: Resultat og analyse.



Tabell 2: Forespurte informanter

Forespurt informant	Tilknytning/ aktualitet	Kontakt	Rasjonale for kontakt	Respons	Forklaring	Dato
Arbeids- departementet	Politisk ledelse i departementet	Forespørsel sendt til departementets postmottak (to ganger)	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med virksomhet på sosiale medier, og regelverk knyttet til det, Samt bidra til å belyse mekanismer og utvikling av politiske prosesser.	Avslag	Manglende kapasitet	18.01.22/ 27.01.22
Arbeids- departementet	Rådgiver innenfor arbeidsmiljø og sikkerhet	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med barn som bidrar til foreldrenes arbeid, og perspektiver på virksomhet i sosiale medier-bransjen, samt belyse politiske prosesser og mekanismer i departementet f.eks. i forbindelse med utvikling av regulering	Avslag	Oppfatter at ingen av områdene som beskrives (casene) er noe aktøren eller departementet har jobbet med, og henviser til barne- og familiedepartementet. Besvarer med informasjon som er antatt relevant. Mottar ikke respons.	01.02.22
Arbeids- departementet	Rådgiver innenfor arbeidsmiljø og sikkerhet	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med barn som bidrar til foreldrenes arbeid, og perspektiver på virksomhet i sosiale medier-bransjen, samt belyse politiske prosesser og mekanismer i departementet f.eks. i forbindelse med utvikling av regulering	Avslag	Anser seg selv som "langt" utenfor målgruppen av informanter, besvarer med å understreke barns rettigheter i arbeidslivet. Mottar ikke respons	01.02.22
Arbeids- departementet	Administrerende rolle ved "Arbeidsmiljø- og sikkerhetsavdelingen"	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med barn som bidrar til foreldrenes arbeid, og perspektiver på virksomhet i sosiale medier-bransjen, samt belyse politiske prosesser og mekanismer i departementet f.eks. i forbindelse med utvikling av regulering	Avslag	Ikke anledning til å delta, ikke spesifisert hvorfor	01.02.22
Barne- og familiedepartementet	Politisk ledelse i departementet	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med virksomhet på sosiale medier, og regelverk knyttet til det. Samt bidra til å belyse mekanismer og	Ingen	Ingen svar	01.02.22

			utvikling av politiske prosesser.			
Barne- og familie-departementet	Administrerende rolle i "Familie- og oppvekst-avdelingen"	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med virksomhet på sosiale medier, og regelverk knyttet til det. Samt bidra til å belyse mekanismer og utvikling av politiske prosesser.	Ingen	Ingen svar, men videresender forespørselen til relevant informant i organisasjonen	01.02.22
Barne- og familie-departementet	Administrerende rolle i "Familie- og oppvekst-avdelingen"	Besvarte forespørselen gjennom en videresendt forespørsel til en annen ansatt i avdeling	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med virksomhet på sosiale medier, og regelverk knyttet til det. Samt bidra til å belyse mekanismer og utvikling av politiske prosesser.	Positiv/ Ingen	Positivt svar, og etterspør mer informasjon som sendes. Mottar ikke svar.	18.02.22
Barne- og familie-departementet	Rådgiver innenfor forbruker-, tros-, og livssynsavdelingen	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med virksomhet på sosiale medier, og regelverk knyttet til det. Samt bidra til å belyse mekanismer og utvikling av politiske prosesser.	Avslag	Ikke anledning til å delta, men henviser til kollega som også har mottatt forespørsel.	01.02.22
Barne- og familie-departementet	Rådgiver innenfor forbruker-, tros-, og livssynsavdelingen	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse departementets perspektiver i forbindelse med virksomhet på sosiale medier, og regelverk knyttet til det. Samt bidra til å belyse mekanismer og utvikling av politiske prosesser.	Positiv	Aktøren stiller	28.01.22
Barneombudet	Administrerende rolle i organisasjonen	Kontaktet gjennom organisasjonens postmottak (to ganger)	Informere om organisasjonens perspektiver samt personlige erfaringer med politisk utvikling	Avslag	Manglende kapasitet	18.01.22/ 27.01.22
Barneombudet	Rådgiver i organisasjonen	Kontaktet direkte på aktørens epost	Informere om organisasjonens perspektiver samt personlige erfaringer med politisk utvikling	Avslag	Manglende kapasitet, anbefaler å kontakte Medietilsynet eller Press Redd Barna Ungdom	28.01.22
Datatilsynet	Administrerende rolle i	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse organisasjonens mekanismer og sammenheng i den politiske	Ingen	Ingen svar	08.02.22

	organisasjonen		prosessen, særskilt i forbindelse med digitale medier, og personlige refleksjoner angående politisk utvikling			
Datatilsynet	Administrerende rolle innenfor jus i organisasjonen	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse organisasjonens mekanismer og sammenkobling i den politiske prosessen, særskilt i forbindelse med digitale medier og regulering, og personlige refleksjoner angående politisk utvikling	Ingen	Ingen svar	09.02.22
Fagutvalget for influencer-markering	Administrerende rolle i organisasjonen	Etterspurte utvalgt aktør gjennom organisasjonens epost	Belyse utvikling av markedsføringsloven, og informere om mekanismer i influencer- og annonsørbransjen. Tilknytning til bransjen kan gjerne også bidra med refleksjoner angående influencerbarn. Juridisk bakgrunn som tillegger faglig tyngde.	Positiv	Aktøren stiller	18.01.22
Forbrukerrådet	Administrerende rolle ved "Enhet for forbrukerpolitikk"	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse mekanismer mellom aktører og forbrukere av digitale medier, og hvilke regelverk som kan knyttes til virksomheter og moralskt ansvar på digitale medier	Positiv/ Ingen	Positivt svar, etterspør tidspunkt for intervju - som sendes, men mottar ikke svar.	09.02.22
Forbrukerrådet	Administrerende rolle ved "Enhet for forbrukerpolitikk"	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse mekanismer mellom aktører og forbrukere av digitale medier, og hvilke regelverk som kan knyttes til virksomheter og moralskt ansvar på digitale medier	Avslag	Videresender forespørselen til antatt relevant informant i organisasjonen.	09.02.22
Forbrukerrådet	Administrerende rolle ved "Enhet for forbrukerpolitikk"	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse mekanismer mellom aktører og forbrukere av digitale medier, og hvilke regelverk som kan knyttes til virksomheter og moralskt ansvar på digitale medier	Ingen	Ingen svar	28.01.22
Forbrukerrådet	Administrerende rolle ved "Enhet for	Besvarte forespørselen	Belyse mekanismer mellom aktører og forbrukere av digitale medier, og hvilke	Avslag	Understreker sterkt engasjement for barn og unges digitale	10.02.22

	forbrukerpolitikk"	gjennom en videresendt forespørsel til en annen ansatt i organisasjonen	regelverk som kan knyttes til virksomheter og moralskt ansvar på digitale medier		rettigheter, men at de har vært mindre aktive i casene som er eksemplifisert. Anbefaler å kontakte andre aktører (ikke spesifisert).	
Forbrukertilsynet	Administrerende rolle i organisasjonen	Kontaktet direkte på aktørens epost (to ganger)	Belyse organisasjonens mekanismer og sammenkompling i den politiske prosessen, og personlige refleksjoner angående politisk utvikling	Ingen	Ingen svar, men videresender forespørselen til relevant aktør i organisasjonen.	18.01.22/ 27.02.22
Forbrukertilsynet	Administrerende rolle innenfor tilsynsavdelingen, rettet mot barn og unge, sosiale medier og markedsføring	Besvarte forespørselen gjennom en videresendt forespørsel til en annen ansatt i organisasjonen.	Belyse organisasjonens mekanismer og sammenkompling i den politiske prosessen, og personlige refleksjoner angående politisk utvikling	Positiv	Aktøren stiller	28.01.22
Influencer	Influencer som inkluderer barn i reklameinnlegg (302 000 følgere)	Kontaktet gjennom managementet (to ganger)	Belyse perspektiver angående influencervirksomhet ved begge casene, personlige erfaringer og refleksjoner. Trekkes jevnlig frem i debatten om eksponering av barn og kroppspress, men deltar sjeldent i offentlig ordskifte	Ingen	Ingen svar	20.01.22/ 27.01.22
Influencer	Influencer som inkluderer barn i reklameinnlegg (49 200 følgere)	Kontaktet direkte på aktørens epost (to ganger)	Belyse perspektiver fra en influencers ståsted, personlige erfaringer og refleksjoner. Tilknytning til bransjen kan øke informasjonsgrunnlaget til analysen.	Avslag	Ikke mulighet til å delta, ikke spesifisert hvorfor.	20.01.22/ 27.01.22
Influencer	Influencer som inkluderer barn i reklameinnlegg (350 000 følgere)	Kontaktet gjennom managementet (to ganger)	Refleksjon angående endring av markedsføringsloven og angående barns deltakelse i profesjonelle kontoer, aktøren har også uttalt seg om begge temaer gjennom sin kanal	Ingen	Ingen svar	20.01.22/ 27.01.22
Influencer	Influencer som er kritisk til eksponering av barn	Kontaktet gjennom managementet	Aktøren har uttalt seg kritisk i debatter og gjennom egne kanaler. Diskuterer både influencerbarn og retusjert reklame,	Avslag	Manglende kapasitet	20.01.22

	og deltatt i offentlig ordskiftet om retusjert reklame (203 000 følgere)		og etterlyser reguleringer på lik linje. Kan dermed belyse personlige refleksjoner, perspektiv, mekanismer knyttet til annonsering og erfaringer - særlig som aktør i bransjen			
Influencer	Influencer som er spesielt opptatt av influencers påvirkningskraft knyttet til kroppsidealer (240 000 følgere)	Kontaktet direkte på aktørens epost	Aktøren er veletablert som influencer og skjønnhetseksperter, og har vært aktiv i samfunnsdebatten om endring av markedsføringsloven, kroppspress blant unge og sosiale medier og influencernes påvirkningskraft	Ingen	Ingen svar	01.02.22
Influencer	Influencer med barn som er spesielt kritisk til barn i markedsføring på sosiale medier (27 700 følgere)	Kontaktet direkte på aktørens epost	Aktøren er influencer, gjerne litt mindre kjent enn andre som er kontaktet, men aktiv i sine kanaler angående influencernes bruk av barna i markedsføring og kritisk til dette. Kan belyse perspektiver fra bransjen, samt personlige refleksjoner om influencerbarna	Ingen	Ingen svar	01.02.22
Influencerbyrå	Administrerende rolle i organisasjonen	Kontaktet direkte på aktørens epost (to ganger)	Belyse perspektiver fra influencerbransjen angående retusjert reklame, influencerbarn og annonsevirkosomhet i sosiale medier	Avslag	Aktøren får ikke deltatt, ikke spesifisert hvorfor. Henviser til kollega.	20.01.22/ 27.01.22
Influencerbyrå	Ansatt som "Business Developer Executive"	Kontaktet direkte på aktørens epost to ganger, etter henvisning fra kollega	Belyse perspektiver fra influencerbransjen angående retusjert reklame, influencerbarn og annonsevirkosomhet i sosiale medier	Ingen	Ingen svar	28.01.22
KrF	Politisk ledelse i tilhørende parti til tidligere statsråd	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse partipolitisk standpunkt, samt personlige refleksjoner og erfaringer med utvikling	Avslag	Manglende kapasitet	27.01.22
KrF	Tidligere statsråds tilhørende parti	Kontaktet partiets postmottak	Belyse partipolitisk standpunkt, og politiske prosesser rundt politisk	Ingen	Ingen svar	18.01.22

			utvikling			
Medietilsynet	Administrerende rolle i organisasjonen	Kontaktet direkte på aktørens epost (to ganger)	Belyse organisasjonens mekanismer og sammenkompling i den politiske prosessen, og personlige refleksjoner angående politisk utvikling	Ingen	Ingen svar	18.01.22/ 27.01.22
Medietilsynet	Rådgiver innenfor konsesjoner, reklame og tilsyn	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse organisasjonens mekanismer og sammenkompling i den politiske prosessen, og personlige refleksjoner angående politisk utvikling, særlig i forbindelse med utvikling av markedsføringsloven, samt perspektiver på regulatorisk utvikling generelt	Avslag	Oppfatter at relevante refleksjoner er utenfor arbeidsfeltet, videresender forespørselen til juridisk og regulatorisk avdeling.	28.01.22
Medietilsynet	Rådgiver innenfor regelverk, kringkasting og mediestøtte	Kontaktet direkte på aktørens epost	Belyse organisasjonens mekanismer og sammenkompling i den politiske prosessen, og personlige refleksjoner angående politisk utvikling, særlig i forbindelse med utvikling av markedsføringsloven, samt perspektiver på regulatorisk utvikling generelt	Avslag	Oppfatter at relevante refleksjoner er utenfor arbeidsfeltet, videresender forespørselen til juridisk og regulatorisk avdeling.	28.01.22
Medietilsynet	Administrerende rolle i juridisk og regulatorisk avdeling	Besvarte forespørselen gjennom en videresendt forespørsel til en annen ansatt i organisasjonen.	Belyse regelverk og tilsynsinstitusjoners mekanismer i forbindelse med etisk ansvar og virksomhet på digitale medier	Avslag	Besvarer forespørselen ved å foreslå å kontakte brukertilsynet, fordi de har ansvar for oppfølging av merking av retusjert reklame, samt generelt tilsynsføring med reklame på sosiale medier	01.02.22
Meningsbærer	Meningsbærer som er tilknyttet mediebransjen	Kontaktet direkte på aktørens epost	Aktøren har vært aktiv i samfunnsdebatten gjennom sine kanaler, er kritisk til retusjering av innlegg generelt, i lys av kroppspress mot unge. Kan belyse perspektiver fra mediebransjen samt personlige refleksjoner.	Avslag	Manglende kapasitet, men positiv til studien.	01.02.22

Meningsbærer	Meningsbærer som er tilknyttet mediebransjen	Kontaktet direkte på aktørens epost (to ganger)	Aktøren har uttalt seg kritisk i debatter og gjennom egne kanaler, som podcast. Diskuterer både influencerbarn og retusjert reklame, og etterlyser reguleringer på lik linje. Kan dermed belyse personlige refleksjoner, perspektiv og erfaringer	Ingen	Ingen svar	20.01.22/ 27.01.22
Meningsbærer	Uttalt meningsbærer med juridisk bakgrunn	Kontaktet gjennom aktørens arbeidssted	Aktiv samfunnsdebattant angående barn i sosiale medier, og ønsker personlige refleksjoner angående casene, samt sammenhengen mellom de to. Juridisk bakgrunn tillegger argumentasjonen en juridisk faglig tyngde	Positiv	Aktøren stiller	18.01.22
Press Redd Barna Ungdom	Administrerende rolle i organisasjonen	Kontaktet direkte på aktørens epost	Beskrive organisasjonens tilknytning til politisk utvikling i henhold til casene, samt personlige refleksjoner og erfaringer angående fenomenet	Positiv	Aktøren stiller	18.01.22
Statsviter	Tidligere anerkjent influencer som har uttalt seg kritisk til bransjen generelt, og influencerbarna spesielt	Kontaktet direkte på aktørens epost	Aktøren har direkte erfaring med bransjen, samt har uttalt seg kritisk om å benytte barn i markedsføring som influencerforeldre. Statsvitenskapelig bakgrunn bidrar til å kunne belyse politiske prosessers betydning innenfor sakene.	Ingen	Ingen svar	28.01.22

De fem informantene som stilte til intervju former et utvalg som representerer aktører innenfor interesseorganisasjoner, offentlig tilsynsetat, fagutvalg, relevant departement og uttalt meningsbærer om tema. Samtalene tok sted i første halvdel av februar og intervjuets varighet er spesifisert i tabell 3: «Informantoversikt».

*Tabell 3: Informantoversikt*

<b>Informant</b>	<b>Relevans</b>	<b>Dato</b>	<b>Varighet</b>
<i>Informant 1</i>	Forbrukertilsynet	08.02.	38 min.
<i>Informant 2</i>	Press Redd Barna Ungdom	09.02.	43 min.
<i>Informant 3</i>	Fagutvalget for Influencermarkedsføring	10.02.	27 min.
<i>Informant 4</i>	Barne- og familiedepartementet	15.02.	23 min.
<i>Informant 5</i>	Meningsbærer, jurist	17.02.	38 min.

### *Intervjuguide*

Intervjuguiden innebærer spørsmål som var strukturert basert på de fire nøkkelkonseptene politisk orientert læring, tvetydighet, eksterne sjokk og tidsmessig rekkefølge. Subtelt er intervjuguiden delt inn i to, én deskriptiv del og en del viet til kausalitet. Innledningsvis avklares aktørens relevans som informant, før spørsmål om oppfatning av casenes innhold. Intervjuet startet med casen om retusjert reklame ettersom den er mer definerbar og tydelig. Det inkluderte blant annet spørsmål om oppfatning av prosessen mot endring i markedsføringsloven har forløpt. Som en naturlig overgang mellom liknende tema var oppfatning av “influencerbarn” innledende til neste del, for å lære om - og hvordan - aktørene oppfatter sammenhengen. For å avklare at den substansielle avgrensningen av saken er korresponderende mellom intervjuer og informant, ble det benyttet fire bilder som visuelle virkemidler tilhørende intervjuguiden.

Videre førte samtalen til den kausale delen av spørsmålene. Det angikk personlig refleksjon om hvem som har eller burde ha ansvaret for oppfølging av casene, samt om informanten oppfatter at det er fravær av politisk utvikling i én av casene, og hvorfor det kan forekomme ulikt utfall i en politisk prosess som dette. Avslutningsvis fikk informantene spørsmål om hva de oppfatter at skal til for at det skal forekomme politisk utvikling i casen angående influencerbarn, på samme måte som det har forekommet i markedsføringsloven. Formålet



med det siste spørsmålet er å avklare om informantene oppfatter at nøkkelkonseptene kan identifiseres som årsaker til tilstedeværelse eller fravær av politisk utvikling i digitale medier. Intervjuguiden er i sin helhet å finne i studiens appendiks under «Vedlegg 1».

En tydelig og strukturert intervjuguide, som unngår ledende spørsmål, et godt verktøy for å styrke studiens reliabilitet (Brinkmann og Kvale 2007, 282), som vil utbroderes under kapittel 4.6 «Kvalitetsvurdering av studien». Derfor er intervjuguiden utformet basert på nøkkelkonseptene, og samme intervjuguide er benyttet i alle samtalene for å sikre at funnene er representative mellom de ulike informantene.

#### 4.4 Kvalitativ innholdsanalyse

Kvalitativ innholdsanalyse er en forskningsmetode som er anvendelig i forbindelse med å analysere skriftlig, verbal eller visuell kommunikasjon (Cole 1988, i Elo og Kyngäs 2008, 107). Ved å bruke kvalitativ innholdsanalyse som forskningsmetode fokuserer man på være oppmerksom på innholdet eller den kontekstuelle meningen av teksten. Det bidrar til en subjektiv tolkning av innholdet for å identifisere mønster eller tema som er relevant (Hsieh og Shannon 2005, 1278).

Med denne metoden tar man sikte på å kondensere innholdet i datagrunnlaget for å skape en bred beskrivelse av fenomenet ved hjelp av koder, som i dette tilfellet er politisk utvikling (Elo og Kyngäs 2008, 108). Det vil si at kvalitativ innholdsanalyse omhandler å undersøke språket nøye med formål om å kunne klassifisere tekst til ulike kategorier som vil understreke lignende meningsgrunnlag (Weber 1990, i Hsieh og Shannon 2005).

Hsieh og Shannon (2005, 1286) skiller mellom tre typer innholdsanalyse: konvensjonell, teoridrevet og summativ kvalitativ. Forskjellene mellom de tre baserer seg i hovedsak på hvordan koder for analyse utformes. Studiens analyse vil ta utgangspunkt i de fire nøkkelkonseptene fra det teoretiske rammeverket - læring, tvetydighet, timing og eksterne sjokk – som vil fungere som koder for innsamlet data. Gjennom analysen vil det gjøres et forsøk på å identifisere konseptene i varierende former av tekst, gjennom subjektiv tolkning. Denne metoden appellerer til teoridrevet innholdsanalyse (Kyngäs og Vanhanen 1999, i Hsieh og Shannon 2005). Da benytter man eksisterende teori til å forme koder, som avklares i forkant av analysen. Teoridrevet tilnærming innebærer også at kodingen kan tilpasses underveis i analysen, etter hvert som ny informasjon avdekkes. Å forberede datainnsamling til

kvalitativ innholdsanalyse av tekst består av å avklare fokus ved tema og type tekst, og bidrar dermed til den tidsmessige og substansielle avgrensningen til casene.

#### 4.5 Etikk

Da rammene for studiens forskningsdesign var etablert i slutten av november 2021, ble prosjektet meldt til Norsk senter for forskningsdata (NSD). Før innsamling av data kunne gjennomføres må prosjektet godkjennes av NSD i henhold til personvernlovgivning for mulige informanter. Det gikk gjennom i starten av januar, og invitasjon til deltakelse i studien utformet. Alle invitasjonene ble sendt via e-post, og informasjonsskriv fra NSD var vedlagt. I informasjonsskrivet var informantenes anonymitet gjennom hele prosjektet understreket og samtykkeerklæring om deltakelse. Dokumentet er vedlagt i studiens appendiks under «Vedlegg 2».

Under intervjuene ble det benyttet lydopptaker. På opptak bekrefter informanten samtykke til deltakelse i prosjektet, samt samtykke til opptak av lyd. Etter hvert intervju ble det gjennomført transkripsjon i et eget dokument uten personopplysninger. Transkripsjonene var merket med dato og informantens tilhørighet som vist i tabell 3: «Informantoversikt».

Ettersom casen om influencerbarn angår barna til mulige informanter ble det vurdert behandling av tredjepersonsopplysninger. Sett i lys av spørsmålet problemstillingen søker svar på, var NSD sin evaluering at slike opplysninger ikke fremstod som nødvendig for å besvare problemstillingen. For å unngå at personlige opplysninger om barna ble relevant, er intervjuguiden utformet i henhold til dette. Dersom tredjepersonsopplysninger skulle bli nevnt under intervju, ville informasjonen ikke blitt benyttet i studien og slettet fra transkripsjonene.

#### 4.6 Kvalitetsvurdering av studien

Kvalitetsvurdering av forskningsdesignet er en sentral faktor for vitenskapelige prosjekt. Vurdering av casestudier involverer generalisering av slutninger fra casene som er studert til caser som er en del av populasjonen, men som ikke er analysert (Rohlfing 2012, 200). Det eromdiskutert om begrepene reliabilitet, validitet og generalisering appellerer til kvalitative metoder. Noen forskere mener at begrepene ikke dekker et bredt nok spekter (Lincoln og Guba 1985, i Brinkmann og Kvale 2015, 281), mens andre mener at det ikke er passende eller relevant i kvalitativ forskning (Kleven 2007, 219). Den tradisjonelle forståelsen av begrepene bunner i ordenes dagligdagse mening, at noe er valid kan kobles til “gyldig” og reliabilitet kan

kobles til “pålitelig” (Brinkmann og Kvale 2015, 281). I den tradisjonelle forståelsen oppfattes begrepene som nyttig for å bedømme forskningsdesignets kvalitet, og er derfor anvendt i denne studien.

#### 4.6.1 Reliabilitet

Reliabilitet angår hvor konsistent og pålitelig studiens funn er (Brinkmann og Kvale 2015, 261). Det er ofte koblet til reproduksjon av funn, om studiens slutninger vil være de samme dersom den blir gjennomført flere ganger. Med høy reliabilitet vil resultatene av studien forme et representativt og systematisk bilde av virkeligheten man studerer (Van Thiel 2007, 48). Ved å være transparent gjennom teoretiske og metodologiske beslutninger, sikrer det at forskningsdesignets utforming er så tydelig at man teoretisk sett kan forme det samme designet på et senere tidspunkt. Det vil legge grunnlaget for at funnene skal være liknende (Yin 2018, 46).

Det kan være en utfordring å sikre reliabilitet gjennom semistrukturerte intervjuer, da den løse samtalen sannsynligvis ville variere fra gang til gang. For å møte denne utfordringen er koding og operasjonalisering av teorien avgjørende. Ved å utforme et system av koder for datagrunnlaget som korresponderer med operasjonalisering av teorien, vil det være mulig å redegjøre for at funnene skal vise det samme uavhengig av tidspunkt eller forsker. Det vil si at kodene som er benyttet til analyse vil innbefatte de samme elementene av teorien for å identifisere det i studiens funn, uavhengig av tidspunkt for gjennomførelse. I denne studien er det nøkkelkonseptene som er kodene for analyse, og, som utbrodert under «3.3.1 Operasjonalisering», operasjonalisering er basert på å identifisere politisk-orientert læring, tvetydighet, eksterne forstyrrelser og timing. Reliabilitet og validitet er sterkt tilknyttet hverandre, og en studie med lav reliabilitet vil ikke ha høy validitet (Van Thiel 2007, 51).

#### 4.6.2 Validitet

Validitet angår om studien undersøker det den har hensikt å undersøke (Brinkmann og Kvale 2007, 282). Det er tre variasjoner av validitet som vurderes, konstruksjonsvaliditet, intern validitet og ekstern validitet.

Konstruksjonsvaliditet angår om konstruksjonen av teoretiske interesser er operasjonalisert på en vellykket måte i studien (Judd, Smith og Kidder 1991, i Kleven 2008, 224). For å evaluere konstruksjonsvaliditeten vil man sammenligne den operasjonaliserte konstruksjonen mot

innholdet i den teoretiske konstruksjonen- (Kleven 2008, 225). Eksempelvis understreker rammeverket at læring kan forekomme dersom man ser til andre land hvor utvikling innenfor området har skjedd, og i Prop 134L. er det utformet en liste over utvikling i andre land som har inspirert til proposisjonens innhold. Operasjonalisering av læring som konsept er dermed identifiserbart i analysen, i henhold til teorien Det vil si at konstruksjonen i teorien samsvarer med konstruksjonen i datagrunnlaget.

Intern validitet angår årsakssammenhenger, om sammenhengene mellom målte konsepter og studiens funn kan tolkes som gyldige. Det innebærer en prosess som kan evaluere, og om mulig utelukke, alternative kausale forklaringer (Kleven 2008, 227). I denne sammenhengen vil det innebære at nøkkelkonseptene som er sentrale vil vise seg å være de riktige elementene til å vurdere hvorfor politisk utvikling i digitale medier kan ha ulike utfall. Studiens komparative utforming bidrar til å øke intern validitet. De samme forholdene, nøkkelkonseptene, for analyse benyttes for begge casene, og diskusjonen angår hvordan forholdene kan lede til ulikt utfall. En utfordring knyttet til intern validitet i denne studien, er at det er færre caser enn nøkkelkonsepter. Det begrenser muligheten til å undersøke om konseptene individuelt sett vil påvirke politisk utfall, fordi det krever flere caser enn konsept for å identifisere et mønster for en faktor alene, eller om en faktor kan utelukkes i forklaring av politisk utfall. Hvordan denne utformingen har spilt inn på studiens slutninger, vil reflekteres over i det avsluttende kapittelet.

Ekstern validitet vil beskrive i hvilken grad funnene i studien kan generaliseres fra konteksten den er gjennomført i, til en bredere, eller andre kontekster (Kleven 2008, 229). Generalisering er ofte knyttet til kvantitative studier. I ikke-kvantitative studier forstår man begrepet som en *“vurderingsbasert generalisering basert på rasjonelle argumenter”* (Kleven 2008, 229). Det innebærer at generalisering fra situasjoner, grupper eller personer tar for seg likheter og forskjeller mellom det man har studert og hvor man trekker slutninger til. I forbindelse med generalisering bør man anerkjenne at studiens funn er knyttet til konteksten som er studert, og ved generalisering til andre eller bredere kontekst er det nyttig å anse funnene som *“hypoteser”* for fremtidige studier, i stedet for konklusjoner som er overførbare. Ekstern validitet kan være en utfordring i forbindelse med casestudier, dersom antallet caser i studien er for få til å skape et helhetlig bilde av populasjonen som representeres (Rohlfing 2012, 211).

I denne studien antas det at funnene kan generaliseres til en relativt smal kontekst som angår barn og deres rettigheter i forbindelse med politisk utvikling i digitale medier. Det innebærer også at det politiske systemet som funnene generaliseres til må være lignende den konteksten som er studert her. Det er mulig at det også kan appellere til generell politisk utvikling av digitale medier, eller politisk utvikling av barns rettigheter, men jo bredere kontekst jo mer utfordrende er det å oppnå høy grad av ekstern validitet. Gjennom studiens slutninger og teoretiske og metodologiske refleksjoner vil det synliggjøres om kravene for reliabilitet og validitet er oppfylt. Før den tid, presenteres resultater med fortløpende analyse i henhold til studiens operasjonalisering av teori og konsepter i kapittel 5.

## Kapittel 5: Resultat og analyse

Studiens problemstilling stiller et spørsmål som angår hvordan ulike utfall av den politiske prosessen kan forklares, og uttrykker et formål om å forstå hvilke faktorer som leder til utvikling, og hvilke faktorer som leder til stagnasjon. Casen som angår retusjert reklame har gjennomgått den politiske prosessen og ført til lovendring, mens influencerbarncasen har tilsynelatende fravær av politisk oppmerksomhet. Casenes tilstand tatt i betraktning understreker premisset om fyldige beskrivelser. Det innebærer at det må være en klar beskrivelse av casenes omfang og hvordan utvikling har forekommet for å kunne avklare hvordan elementer kan spille inn på utfallstilstanden av den politiske prosessen. Kausale oppfatninger kan ikke underbygges uten deskriptive forståelser (Gerring 2012), og denne påstanden legger til grunn for kapittelets form.

Kapittelet innledes med en presentasjon av casene som bygger på informantenes perspektiver og andre tilgjengelige kilder som kan etablere rammer for casene. Videre vil datagrunnlaget analyseres i henhold til de fire nøkkelkonseptene: tvetydighet, læring, timing og eksterne forstyrrelser. Gjennom analyse av datagrunnlaget vil det utformes en oppfatning om tilstedeværelse av nøkkelkonsept innenfor casene, og hvilken posisjon de eventuelt har i forbindelse med den politiske prosessen. Avslutningsvis gjennomføres en analyse av hvordan casene som eksemplifiserer teorien tydeliggjør rammeverkets generelle antakelser og elementer.

For ordens skyld følger en oversikt over informantene i tabell 4 “*Informantbetegnelser*”. Det er benyttet forkortelser etter informantenes nummerering som synliggjør deres tilhørighet fortløpende i analysen.

Tabell 4: *Informantbetegnelser*

<b>Informant</b>	<b>Tilhørighet</b>	<b>Forkortet</b>
<i>Informant 1</i>	Forbrukertilsynet	Informant 1 (FBT)
<i>Informant 2</i>	Press Redd Barna Ungdom	Informant 2 (PRBU)
<i>Informant 3</i>	Fagutvalget for Influencermarkedsføring	Informant 3 (FIM)
<i>Informant 4</i>	Barne- og familiedepartementet	Informant 4 (BFD)
<i>Informant 5</i>	Meningsbærer, jurist	Informant 5 (MB)

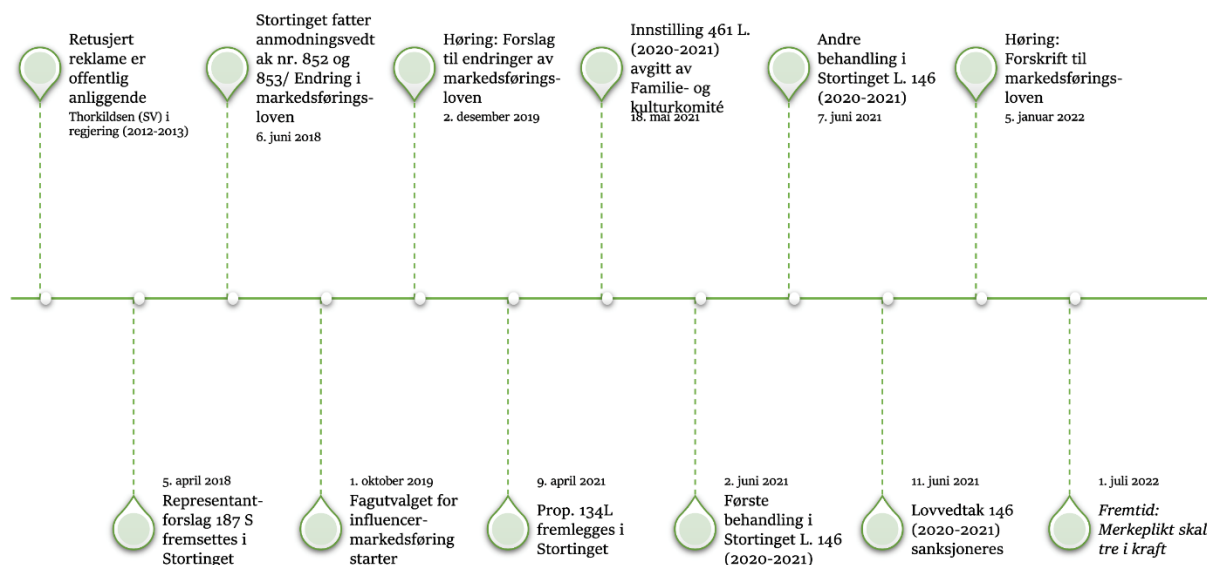
## 5.1 Presentasjon av casene

Studiens første forskningsspørsmål retter søkelys mot casenes politiske utvikling, i hvilken form og til hvilken grad har det forekommet utvikling til nå? For å besvare spørsmålet er det nødvendig med en fyldig beskrivelse av casenes innhold. En tidslinje presenteres for hver av dem i et forsøk på å fremheve hvilke elementer som kan ha preget utviklingen og etablering av sakene som samfunnsfenomen. For retusjert reklame-casen, er det benyttet informasjon fra Regjeringen og Stortingets nettsider, som angår sakens gang i det offentlige, mens for influencerbarna er det benyttet ulike kilder som har skapt debatt i en eller annen form.

### 5.1.1 Retusjert reklame

Informant 4 (BFD) bidro til tidsmessig avgrensning av casen med informasjon om at saken var til debatt under Stoltenbergs regjering (2005-2013), fordi daværende statsråd fra Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, Inga Marte Thorkildsen (2012-2013), var opptatt av kroppspress. Informant 2 (PRBU) understreker denne oppfatningen, ved å informere om at organisasjonen har jobbet imot retusjert reklame i over ti år. Gjennom informasjon på Regjeringen og Stortingets nettsider, er det utformet en tidslinje for å beskrive utviklingen av saken som vises i Figur 1: "Tidslinje for casen retusjert reklame".

Figur 1 Tidslinje for casen "Retusjert reklame"



Den 4. april 2018 fremsettes representantforslag 187 s (2017-2018) (Stortinget 2018) om kroppspress og reklameindustrien av tre stortingsrepresentanter fra partiet SV, Freddy André

Øvstegård, Solfrid Lerbrekk og Nicholas Wilkinson. De tilhører samme parti som Thorkildsen og det kan tolkes som at representantene viderefører Thorkildsens engasjement angående kroppspress og retusjert reklame. Innstillingen avgis 29. mai 2018 og behandles gjennom anmodningsvedtakene i Stortinget 6. juni 2018.

1. oktober 2019 starter Fagutvalget for Influencermarkedsføring sin praksis. Det er et fagutvalg som er etablert av Annonsørforeningens Landsforening (ANFO) og Mediebedriftenes Landsforening (MBL). Fagutvalget ble opprettet etter at Barne- og familiedepartementet og Medietilsynet oppfordret bransjen influencerne deltar i, til å utvikle egne retningslinjer for å motvirke kroppspress i sosiale medier (Mediebedriftene 2019). Retningslinjene består hovedsakelig om etisk markedsføring som ikke skal oppfordre til kosmetiske inngrep eller bidra til kroppspress (FIM). Retningslinjene er utformet for holdningsskaping. Overtredelse av dem medfører ikke sanksjoner, men formidling av overtredelsen blir kunngjort til allmennheten. Fagutvalget tydeliggjør at retusjert reklame, sosiale medier og influencere, og påvirkningskraft knyttet til det, blir tatt alvorlig, og at saken får samfunnets oppmerksomhet.

Den politiske oppmerksomheten rettet mot retusjert reklame og kroppspress er også tydelig. Ettersom innstillingen vedtas og forslaget behandles blir saken satt på agendaen i den politiske prosessen. Etter at Stortinget fattet anmodningsvedtakene ble det utformet en proposisjon til lovendring, kalt Prop. 134L. (Barne- og familiedepartementet 2021). Forslag til endring av markedsføringsloven innebærer at retusjert reklame skal merkes for å bevisstgjøre forbrukere av digitale medier om at skjønnhetsidealet som presenteres er moderert og ikke i samsvar med virkeligheten. Merkeplikten skal understreke at reklamen presenterer et uopnåelig ideal. Kroppspress og psykisk helse blant unge er den gjennomgående argumentasjonen for behovet av merkeplikt. I proposisjonen refereres det til innhold i anmodningsvedtak som angår kroppspress og psykisk helse:

*“Ungdom sliter med sin psykiske helse. Folkehelseinstituttet anslår at omtrent 70 000 barn og unge har psykiske lidelser som krever behandling (Folkehelseinstituttet 2015), over halvparten av 10. klasse-jenter i Osloskolen har psykiske helseplager, og anoreksi er den tredje vanligste dødsårsaken blant unge jenter. Kroppspress blir pekt på som en av de viktigste årsakene til at mange unge sliter psykisk. Ungdom blir utsatt for et massivt press om å se bra ut gjennom blant annet reklame og sosiale medier, og modellene som vises, er ofte digitalt retusjert. Dette utsetter ungdom for et skjønnhetsideal som er umulig å oppnå.”*



Ulike rapporter som undersøker sammenhengen mellom kroppspress og mental helse er sentral i proposisjonen: NOVAs rapport *“Stress og press blant ungdom”* (2017), PRBU sin *“Prosjekt perfekt”* (2018), *“Barn og medier”* og *“Foreldre og medier”* fra Medietilsynet (2020), og følgende dokumenter fra SIFO:

1. Rapport: *“Retusjert reklame og kroppspress”* (2014)
2. *“Markedsføring og personvern i sosiale medier - en flermetodisk undersøkelse med barn som medforskere”* (2018)
3. Forskningsartikkel om skjønnhetsfiltre på sosiale medier (2019)
4. Rapport: *“Photoshop, fillers og falske glansbilder? En studie blant ungdom om kjønn, kropp og markedsføring i sosiale medier”* (2019)
5. *“Søte jenter og tøffe gutter – En kunnskapsoppsummering om barn som forbrukere i et kjønnsperspektiv”* (2019)

Informasjonen som presenteres i de ulike dokumentene belyser perspektiver og indikatorer som argumenterer for at det er flere som opplever behov for politisk utvikling i forbindelse med kroppspress, psykisk helse og sosiale medier.

Utvikling i andre land er en egen seksjon i proposisjonen som belyser eksempler fra utvikling som er forekommet i lignende kontekst:

- Australia (2009) etablerte en nasjonal rådgivningsgruppe, bestående av aktører fra mediebransjen, motebransjen og eksperter på spiseforstyrrelser. Gruppen etablerte frivillige retningslinjer for aktører, men i senere tid er det en forståelse for at de ikke fungerer som ønsket, og at lovregulering er aktuelt.
- Quebec Charter (2009) er et opprop som ble formet for å bevisstgjøre aktører om et sunt og mangfoldig kroppsbilde. Rapporter har i etterkant vist at aktører har fått økt bevissthet rundt saken.
- Israel vedtok i 2012 en lov som krever merking av reklame hvor modeller er retusjert tynnere. Lovendringens funksjon er fraværende ifølge proposisjonen, da den ikke håndheves og overtredelse ikke medfører sanksjoner. Aktører blir likevel svartelistet på en liste som er åpen for allmennheten.
- Frankrike innførte en lov i 2017 angikk modellens helsetilstand, og legerklæringer angående kroppsmasseindeks og helse ble et arbeidskrav i modellbransjen.

- Oktober 2017 innførte Frankrike et krav om å merke retusjert reklame.

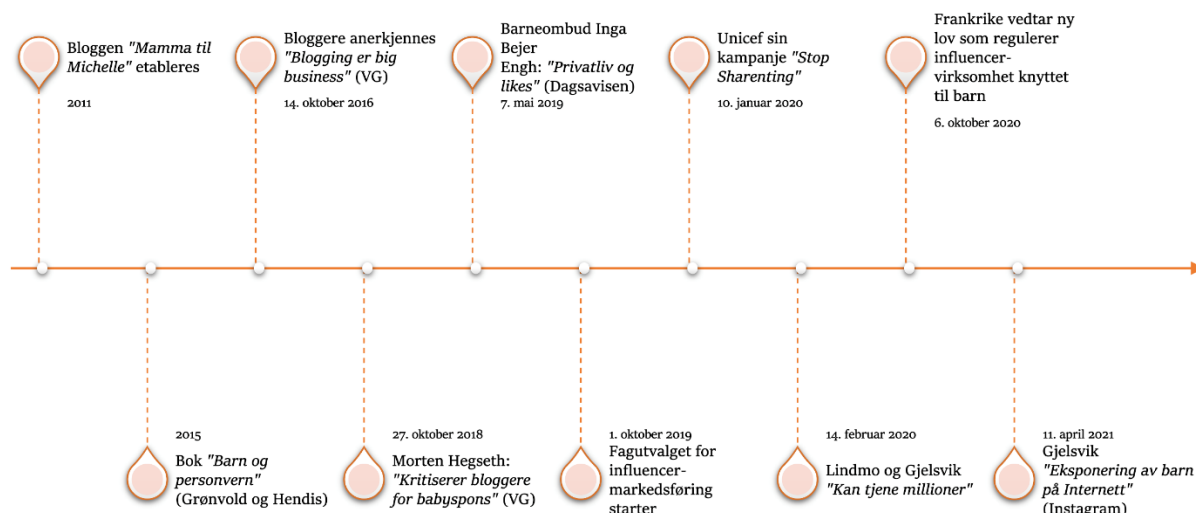
Høringssvarene presenterer ulike perspektiver på proposisjonen. Den gjennomgående diskusjonen i høringssvarene dreier seg om unntak fra merkeplikten. Noen aktører mener det ikke bør eksistere unntak fra merkeplikten, mens andre argumenterer for hvilke unntak som bør gjelde. Eksempelvis inkluderer det opprinnelige forslaget et mulig unntak for å endre hud i forbindelse med kviser. Press Redd Barna Ungdom understreker i sitt høringssvar hvilke mulighet visse aktører har for å utnytte dette unntaket, for eksempel kosmetiske leverandører som kan reklamere for at en krem gir kvisefri hud, mens huden som reklamen presenterer er retusjert og at innholdet representerer et uoppnåelig ideal.

Engasjementet som synliggjøres blant forskjellige aktører gjennom politisk engasjement i sakens behandling, for eksempel gjennom representantforslaget og gjennom høringssvar fra en rekke institusjoner, kan vitne om en koalisjon av aktører som jobber mot et felles politisk mål for saken.

### 5.1.2 Influencerbarna

Utviklingen av casen om influencerbarn kan ikke festes til en tidslinje på samme måte som retusjert reklame-casen. Etter gjennomgående søk etter tekster fra offentlige institusjoner som kommenterer samfunnsfenomenet, er det tilsynelatende ikke-eksisterende. Dokumenter som angår casen er hovedsakelig personlige innlegg enten i form av debattinnlegg eller diskusjon på sosiale medier. Tidslinjen formes derfor som figurert ved figur 2: *“Tidslinje for casen Influencerbarna”*. På dette grunnlaget er det derfor spesielt interessant å høre involverte aktørers personlige refleksjoner av hva casen innebærer, og hvordan man oppfatter at casen “Influencerbarn” har utviklet seg over tid. Med få eller ingen konkrete utviklingstrinn, vil oppfatninger og perspektiv være grunnlaget for saksens form.

Figur 2 Tidslinje for casen "Influencerbarna"



Starten av tidslinjen er etablert ved lansering av bloggen *“Mamma til Michelle”* av Anna Rasmussen, som er mor til Michelle. Bloggen ble lansert etter at Rasmussen deltok i programmet *“Unge Mødre”*, da hun ble mor som 15 år. Det er flere bloggere som også har inkludert barn i bloggen sin på tidligere tidspunkt, men denne bloggen er valgt som starttidspunkt fordi Rasmussen fortsatt er en aktiv aktør i influencerbransjen, og nevnes ofte i samfunnsdebatten om influencervirksomhet og eksponering av barn.

I 2015 ble boken *“Barn og personvern”* utgitt av forfatterne Sara Eline Grønvold og Morten Hendis. Boken presenteres som *“(…) skrevet for alle som er opptatt av barn og barns rettigheter når det gjelder publisering av bilder og andre personopplysninger på internett, i sosiale medier og bildedelingstjenester.”* Det tydeliggjør at barns rettigheter i forbindelse med eksponering på internett er blitt en sak som tilegner seg oppmerksomhet i samfunnet, og at utfordringer knyttet til digital utvikling anerkjennes.

14. oktober 2016 publiseres artikkelen *“Blogging er big business”* i VG (Newth og Svendsen 2016). Artikkelen gjennomgår skattelistene fra 2015, og framhever bloggerne som har høyest inntekt i året som gikk. Artikkelen nevner blant annet Anna Rasmussen og som økte sin inntekt fra 612 661 kr i 2014 til 2 225 520 i 2015. Blogging er på dette tidspunktet blitt en virksomhet som kan være svært lønnsom, og inntektsutviklingen tydeliggjør bloggernes voksende posisjon i privat markedsvirksomhet.

Morten Hegseth er en norsk mediepersonlighet og skrev debattinnlegget *“Kritiserer bloggere for babyspons”* som ble publisert i VG 27. oktober 2018 (Hegseth 2018). Innlegget oppsummerer ulike influencere som eksponerer barna sine, og skribentens kritiske blikk på saken. Avslutningsvis understreker Hegseth regjeringens forslag om økonomisk støtte til Forbrukertilsynet, i forbindelse med endring av markedsføringsloven:

*“Regjeringen og barne- og likestillingsminister Linda Hofstad Helleland har foreslått å øke støtten til Forbrukertilsynet med seks millioner i 2019, hvor norske influencere skal passes på rundt merking av reklame og generell etikk.”*

Sitatet er en innledning til innleggets avslutning:

*“I diskusjonen om retningslinjene til det nye “bloggpolitiet” har ingen nevnt det problematiske rundt å tjene penger på egne barn, som ikke har en døyt å si når mamma og pappa skal tjene penger og fremstå vellykket på Instagram. Det bør de gjøre. For det er tross alt verre å bryte grenser på vegne av egne barn enn seg selv.”*

Artikkelen skapte en del debatt, og flere kommentarer fra influencere og andre refleksjoner eller motsvar ble publisert som en oppfølgende sak til Hegseth sitt innlegg. Noen av dem er benyttet som bakgrunnsinformasjon i denne studien, og er fremhevet i tabell 1:

*“Dokumentutvalg”.*

Debattinnlegg i avisen og innlegg på sosiale medier er de tydeligste arenaene for debatten i forbindelse med “influencerbarn”. 7. mai 2019 ble debattinnlegget “Privatliv og likes” publisert av barneombud Inga Bejer Engh i Dagsavisen (Engh 2019). Som kjent representerer debattinnlegg skribentens personlige meninger. Samtidig belyser barneombudets innlegg hvordan en offentlig posisjon anerkjenner utfordringene knyttet til eksponering av barn på internett. Innlegget understreker viktigheten av eksisterende regelverk og viser til Grunnloven § 104 og Barnekonvensjonen artikkel 16, om barns rett til privatliv og vern om personlig integritet. Debattinnlegget kan dermed appellere til foreldre generelt - ikke nødvendigvis utelukkende influencerforeldre. Starten på innlegget understreker likevel at bloggere og influencere er sentrale i eksponeringsspørsmålet:

*“Bloggere og influencere debatterer jevnlig hvor langt de kan gå i å eksponere sine egne barn. Dette er en viktig debatt, som går lengre enn forholdet mellom foreldre og barn.”*

Tematikken i innlegget er ansvarliggjøring av foreldre og behov for informasjonsflyt angående konsekvenser av eksponering og informasjonsdeling. Barneombudet avslutter innlegget med å etterspørre politisk utvikling av saken:

*“Barneombudet mener at regjeringen bør sikre informasjon til både barn og foreldre om barns rett til privatliv.”*

Oppstart av Fagutvalget for Influencermarkedsføring er også ført opp som en del av influencerbarnas tidslinje. Selve fenomenet «influencerbarn» er ikke kommentert av utvalget, men Fagutvalgets formål er beskrevet på nettsidene som «*Formålet med FIM er å bidra til god og ansvarlig markedsføringspraksis for aktører som arbeider med influencermarkedsføring*». Det kan derfor relateres til influencermarkedsføring generelt, som influencerbarna er en del av.

I januar 2020 lanserer UNICEF Norge kampanjen “*Stop Sharenting*”. Kampanjen gjelder foreldres eksponering av barn på internett generelt, og ikke influencerbarn spesielt. Det er likevel en faktor som kan spille inn på analysen, og understreker at organisasjoners oppmerksomhet rettes mot å beskytte barna i den digitale utviklingen og barns beskyttelse. Kampanjens hovedpoeng er informasjonsmengde på nett og hvilken funksjon utstrakt bilddeling kan ha. Eksempelvis vil et 12 år gammelt barn i gjennomsnitt ha 1165 bilder av seg publisert på sosiale medier, og denne delingskulturen kan bli hovedårsaken til identitetstyveri innen 2030 (Unicef 2020).

Kristin Gjelsvik er en norsk influencer som stadig engasjerer seg i samfunnsdebatt gjennom sin kanal på Instagram. 14. februar 2020 gjestet hun talkshowet Lindmo, hvor hovedtemaet for samtalen var influencerbarn (Lindmo 2020). Gjelsvik, som både mor og influencer, forteller at ulike leverandører har kontaktet henne i forbindelse med promotering av barneprodukter, men hun har valgt å ta avstand fra markedsføring som inkluderer barnet. Influenceren trekker frem at hun ville hatt muligheten til å tredoble inntekten sin dersom hun lot sønnen delta i reklameinnlegg.

Frankrike innfører en ny lov 6. oktober 2020 som angår influencervirksomhet knyttet til barn. Loven slår fast at foreldre og firmaer må ha tillatelse fra myndighetene dersom barn under 16 år skal eksponeres som influencer (Heggen 2020). Loven innebærer også reguleringer som angår barnas økonomiske rettigheter, og at foreldre ikke kan bruke pengene som barna tjener (Leirfall 2020). Seniorrådgiver Kjersti Botnan Larsen i barneombudet kommenterer saken i NRK, og sier at Norge også har et behov for å gjennomgå regelverket, men at Frankrikes lov ikke er aktuell. Årsaken er at Larsen ønsker et *“tydeligere regelverk med enda bedre kontrollmekanismer som kan håndheves om foreldre eller andre bryter det”* (Heggen 2020).

11. april 2021 publiserte Gjelsvik en “IGTV”-video<sup>2</sup> på Instagram med varighet på omtrent 15 minutter hvor influenceren tar opp temaet “eksponering av barn” (Gjelsvik 2021). Gjelsvik omtaler samfunnsfenomenet som *“Kommersiell utnyttelse av de aller mest sårbare”* og at barna er *“rekvisitter i reklame”*. Aktøren understreker innledningsvis at videoen publiseres med ønske om mer debatt angående temaet. Gjelsvik diskuterer blant annet hvordan deling av barns privatliv på nett bryter med barnekonvensjonen og barns rett til privatliv, hvordan bilder kan kopieres opplastes til overgrepssnettsider og mulige fremtidige arbeidsmuligheter som barna frarøves dersom livshistorikken er eksponert på nett. Innlegget avsluttes med en sterk appell om et oppdatert regelverk:

*“[Regelverket] er så diffust at det er vanskelig å navigere, vi trenger klare retningslinjer der barnets beste står i fokus. Og jeg ønsker så inderlig at vi kan skape en fruktbar debatt her, der vi kanskje til og med kan klare å endre en lov.”*

Videoen av Gjelsvik er tilsynelatende det siste innlegget som har skapt en viss debatt. Videoen har medført oppfølgende innlegg på Instagram, innslag på TV og nyhetsartikler. Tidslinjen demonstrerer individuelle engasjement i saken, men en gruppe som samarbeider mot politisk endring er ikke fremtredende. Det kan bety at på dette tidspunktet finnes ikke koalisjoner vedrørende influencerbarnas rettigheter.

## 5.2 Politisk-orientert læring

Politisk-orientert læring er definert som bruken av ny kunnskap til å påvirke aktørers politiske preferanser (Montpetit og Lachapelle 2017, 197). Det skjer når informasjon kommer utenfra, påvirker aktørers preferanser som igjen kan bidra til politisk endring. I følge Jenkins-Smith

---

<sup>2</sup> IGTV er en applikasjon for Instagram som er utviklet for å skape filmbasert innhold optimalisert på mobiltelefon. Alle kan opprette egen bruker og publisere videoer på opptil én time.

mfl. (2018) kan læring kategoriseres innenfor fire forklarende faktorer, attributter til forum, grad av konflikt mellom aktører og koalisjoner, attributter til stimuli og attributter til aktører.

### 5.2.1 Retusjert reklame

I prosessen som førte til endring av markedsføringsloven har to av informantene vært delaktig. Informant 4 (BFD) opplyser om at tidligere barne-, familie-, likestillings- og inkluderingsminister Inga Marte Thorkildsen fra SV, var opptatt av kroppspress under Stoltenberg-regjeringen (2005 til 2013). At en statsråd i regjeringen er særlig opptatt av et tema slik at det kommer frem for offentligheten, kan bidra med å sette dagsordenen for samfunnsdebatten, og tydeliggjøre at temaet fanger politisk oppmerksomhet. Under Stoltenberg-regjeringen ble kroppspress og retusjert reklame likevel ikke en del av den politiske agendaen, og Informant 4 (BFD) sin oppfatning av fravær av utvikling er basert på andre lands utvikling innenfor samme kontekst: “(...) *men så ble det ikke noe ut av det, det var jo lite å hente fra andre land.*”

Til tross for politisk engasjement i regjeringen var det manglende informasjon for å skape et mobiliseringsgrunnlag. Det kan tolkes som at informasjonen som er nødvendig for politisk utforming også må inkludere erfaringsbasert materiale, og henholdsvis hvordan andre politiske system har integrert informasjon om kroppspress og retusjert reklame. ACF understreker at læring er knyttet til trinnvis endring over tid ved gradvis forandring av delsystemenes oppfatning (Jenkins-Smith, Nohrstedt og Weible 2018, 146), og at læring kan skje når kunnskap kommer fra utsiden av det politiske delsystemet det gjelder (Bandelow mfl. 2017). I forbindelse med casens tidsaspekt og informant 4 sitt perspektiv på manglende informasjon fra andre land, kan forklaringen på fravær av politisk utforming av saken knyttes til *fravær av læring* på tidspunktet hvor Thorkildsen engasjerte saken i regjering.

Press Redd Barna Ungdom har også vært en integrert aktør i den politiske prosessen i retusjert reklame-casen. Det blir tydeliggjort gjennom organisasjonens arbeid med temaet i over ti år, samt gjennom høringsvarene til Prop. 134L. Informant 2 (PRBU) fra organisasjonen understreker at retusjert reklame og kroppspress er en kjernesak for organisasjonen, og hvordan det oppleves som særlig utfordrende å påvirke politikk i forbindelse med unge og digitale medier.

*“Men én gang du beveger deg inn i ungdommers sfære - sosiale medier og det som påvirker ungdom - så blir politikk vanskeligere (...) fordi man skjønner ikke behovet på samme måte som ungdom føler på det.”*

Informanten (2, PRBU) deler at det er vanskelig å få gjennomslagskraft dersom politiske beslutningstakere ikke “*skjønner behovet*”. Det kan tolkes som at unge i samfunnet og politikere ikke oppfatter informasjonen på samme vis. Mens unge opplever et reelt behov for politisk utvikling hva angår kroppspress og psykisk helse, er dette et behov som ikke oppfattes av beslutningstakere i det offentlige. Sosiale medier trekkes frem som en egen sfære for ungdommer ettersom barn og ungdom utgjør brorparten av forbrukerne ved disse mediene. Saken utspiller seg på plattformer hvor voksne<sup>3</sup> ikke er like mye til stede, hvor voksne samtidig hovedsakelig utgjør gruppen av integrerte aktører i den politiske prosessen, som bidrar til et informasjonsgap mellom gruppene<sup>4</sup>.

Blant de fire kategoriene som forklarer læring ifølge Jenkins-Smith mfl. (2018, 151-152) er attributter til forum aktuelt å se nærmere på som en forklaring for fravær av utvikling. Dersom ungdommer ikke deltar i forum hvor politiske beslutninger diskuteres og vedtas, er det problematisk å få gjennomslag for behovene som angår gruppen som utelates. Det samme gjelder i motsatt retning, om man anser digitale medier som et forum, og aktører fra det politiske samfunnet ikke deltar i ungdommers sfære, kan det være utfordrende å oppfatte problemene som eventuelt utspiller seg.

Informasjonsgapet kan også relateres til Jenkins-Smith mfl. (2018, 152) tredje kategori av forklarende faktorer, som angår attributter av stimuli og hvilken type informasjon og erfaring koalisjoner eksponeres for. Dersom voksne ikke eksponeres for informasjonen direkte, gjennom å oppleve kroppspress og dårligere psykisk helse gjennom sosiale medier, kan det bidra til fravær av læring for integrerte aktører, som dermed påvirker politisk utvikling og endring.

I Prop. 134 refereres det til utvikling i andre land, og det første tilfellet som anerkjennes er i 2009. Rapportene blant informasjonsgrunnlaget til proposisjonens innhold, er datert fra 2014. Starten på innsamling av relevant informasjon forteller at casens tidslinje stemmer overens

---

<sup>3</sup> Voksne er her referert til som en motsetning av barn og unge.

<sup>4</sup> Gruppene i denne sammenhengen består da av barn og unge som én gruppe og voksne som en annen.



med Thorkildsens engasjement i regjeringen, men at informasjonsgrunnlaget på dette tidspunktet ikke var tilfredsstillende for å gjennomføre politisk endring.

Etter representantforslaget og anmodningsvedtakene i 2018, og proposisjonen fremlegges i Stortinget i 2021, er det et rikere informasjonsgrunnlag som er benyttet for å vurdere saken. Oppfatningen av hva som er relevant, vil dermed påvirke hvordan samtidens utfordringer oppfattes. At folkemeningen endrer seg kan bevisstgjøre politiske aktører, og informant 5 (MB) erfarer dette:

*“(...) den gjengse oppfatning (...) har endret seg fra tidligere (...) fra “det er ikke så enkelt som at unge jenter får dårlig selvtillit av å se retusjert reklame” (...) til at nå er det en mer (...) allmenn (...) enighet om at det er vi alle sikre på i dag”*

“Tidligere” i denne sammenhengen kan da forstås som før og frem til 2012, ettersom mesteparten av proposisjonens bakgrunnsinformasjon er fra 2012 og til nå. “Den gjengse oppfatning” tolkes som folkemening. Informanten beskriver dermed utviklingen av folkemeningen rundt retusjert reklame og dens påvirkningskraft. Folkemeningen blir påvirket etter hvert som ny informasjon blir tilgjengelig, og det utvikles en forståelse for hvilken effekt retusjert reklame skaper blant unge. I proposisjonens utdrag fra anmodningsvedtaket fremheves det at anoreksi er den tredje vanligste årsaken til dødsfall blant unge jenter. Dette faktum bidrar til å fjerne tvil om retusjert reklame sin påvirkningskraft. Hvordan informasjonen benyttes i proposisjonen manifesterer at dette er informasjon som er innlemmet i relevante politiske aktørers verdigrunnlag. Det fremkommer det at politisk-orientert læring har forekommet.

Det tydeliggjør ACF sin antagelse om at læring må skje over tid er dermed demonstrert. Gruppen som ikke ble eksponert for informasjonen direkte gjennom egne erfaringer - integrerte politiske aktører som ikke opplevde kroppspress gjennom sosiale medier – fikk gjennom erfaring fra andre land og forskningsbaserte rapporter likevel muligheten til å innta informasjonen gradvis. Det kan bidra til en holdningsendring i samfunnet, som igjen kan påvirke verdier blant politiske aktører. Etableringen av Fagutvalget for influencermarkedsføring, tydeliggjør også læring blant integrerte aktører. Organisasjonene ANFO og MBL som utformet utvalget, sammen med representanter i utvalget fra influencerbransjen, annonsører, det offentlige og influencerne selv, signaliserer en koalisjon som koordineres mot et felles mål. Det kan tyde på at saken har skapt et forum hvor

profesjonelle aktører opplever at det er viktig å delta, hvor profesjonelle normer dominerer (Jenkins-Smith mfl. 2018, 153). Når verdigrunnlaget til aktører endrer seg, kan det forårsake politisk endring.

Endring i denne sammenhengen kan anses som sekundære verdier, som er praktiske endringer i mekanismer innenfor et avgrenset område. Det bidrar til utvikling, ved at et eksisterende regelverk kan tilpasses endring i samfunnet, slik at omfanget dekker et bredere spekter av en sak. Informant 1 (FBT) forklarer hvordan endring i sekundære verdigrunnlag forekommer:

*“Etter anmodningsvedtak i Stortinget (...) må det gjøres noe, så (...) departementet har sett nærmere på hvilke lovverk det er mulighet for å gjøre noen endringer i (...) for å lovregulere dette”*

Anmodningsvedtakene skapte bevegelse i systemet. Etersom proposisjonen er lagt frem av Barne- og familiedepartementet, er det antakeligvis dette departementet som informanten sikter til. Ergo undersøker Barne- og familiedepartementet hvilket regelverk som kan knyttes til retusjert reklame, og det er naturlig å anta at markedsføringsloven er langt fremme i rekken. Påstanden baserer seg på at markedsføringsloven kommenterer både etisk reklame og reklame rettet mot barn før 2018.

Jenkins-Smith mfl. (2018, 153) argumenterer for økt sannsynlighet for ved håndterlige fenomen som ikke skaper for mye konflikt, og med tilgjengelighet på teknisk og vitenskapelig informasjon. At samfunnsfenomenet kan kobles til markedsføringsloven gjør at politisk utvikling kan være mer håndterlig, da det kan passe inn i eksisterende rammer, og det ikke er behov for å utvikle et helt nytt regelverk.

Hvordan saken appellerer mer til sekundære verdier enn andre verdinivå kan bidra til å minske konfliktnivået, da verken dype eller politiske kjerneverdier trenger å bli påvirket av lovendring. Å merke retusjert reklame vil for eksempel ikke trenge å være farget av hvilket parti man stemmer på (politiske kjerneverdier), eller hvordan man oppfatter omverdenen som individ (dype kjerneverdier).

Teknisk og vitenskapelig informasjon kan forstås som innholdet i Prop. 134L. At lignende politisk utvikling er forekommet i andre land kan sette standard for hvordan endringen kan

gjennomføres rent teknisk, og vitenskapelige rapporter om psykisk helse og digitale medier synliggjør behovet for utvikling. Det vil si at læring innenfor retusjert reklame-casen har stor mulighet til å skje basert på Jenkins-Smith mfl. (2018) sine antagelser, som dermed legger et godt grunnlag for at endring skal forekomme.

### 5.2.2. Influencerbarna

Gjennom influencerbarnas tidslinje i figur 2, fremtrer individuelle elementer som kommenterer saken eller som kan relateres til den. Det er lite vitenskapelig informasjon tilgjengelig som angår influencerbarnas rettigheter, og kan tyde på at læringsgrunnlaget hovedsakelig er representert av meninger.

Informant 5 (MB) belyser hvordan hun opplever utvikling av influencervirksomhet, og hva det innebærer når en influencer benytter barna i markedsføringen eller på profilen sin generelt. Perspektivet inkluderer at utviklingen av saken omhandler influencere som aktører, og at det er skjedd en endring i hvem som eksponerer barna sine, spesielt i markedsføringssammenheng.

*“[Tidligere var det] oppegående og taleføre personer som også delte mye om barna sine, men nå som allmennheten har blitt såpass mye bedre opplyst når det gjelder barns rett til både personvern og privatliv, så er de som er igjen kanskje mer grenseløse også, fordi de rett og slett ikke forstår hva det handler om.”*

Informantens perspektiv understreker hvordan læring skjer over tid. Som tidslinjen viser ved figur 2, gikk det tre år fra bloggen “Mamma til Michelle” ble etablert til boken “Barn og personvern” ble gitt ut. I løpet av de tre årene er den nevnte bloggen bare ett eksempel på blogger som inkluderer barn og sammenlagt skaper en mengde informasjon om barn på nett. I denne perioden har altså samfunnsfenomenet fått etablert og utviklet seg, og samtidig utvikles synspunkt på saken. Bokens forfattere, Grønvold og Hendis, har etablert perspektiver på hvordan bilder av og informasjon om barn skal deles i henhold til regelverk om personvern.

Det oppfattes at informantens sikter til at saken handler om hvordan folk, enten de er influencere eller privatpersoner, deler informasjon om barna sine nå kontra et tidspunkt hvor informasjon om barns rett til privatliv på internett ikke var formidlet i like stor grad. Før det er aktuelt å formidle dette er det naturlig at det må etableres et samfunnsfenomen som influencerbarn for å bevisstgjøre forbrukere. Grunnloven og barnekonvensjonen står som et grunnleggende beskyttende lovverk i samfunnet, og visse typer eksponering eller ulike grader

av eksponering, vil dermed bryte med disse. Eksempelvis om et barn er delt såpass hyppig på nettet at andre kan gjenkjenne barnet på gaten, vil retten til privatliv være aktuell. I tillegg er det et etablert prinsipp å kunne eie sin egen livshistorie, og dele den dersom man selv ønsker det. Om barndommen har blitt beskrevet og offentliggjort siden mor var gravid, vil ikke denne retten til egen historie være for influencerbarn i motsetning til “vanlige” barn.

Etter Unicef sin “*Stop Sharenting*”-kampanje er det etablert at ekstrem eksponering av barn på nett ikke er til barnets beste, som barnekonvensjonen understreker. Det kan tenkes at denne kampanjen er en bidragsyter til å forme rammene for hvordan vi deler informasjon om barn på internett, og er en del av opplysningsgrunnlaget som informant 5 (MB) sikter til. Kampanjen understreker de lovene som brytes knyttet til personvern og privatliv. Informanten sikter til at folk som fortsatt eksponerer barna, og i tillegg i markedsføringssammenheng, gjerne ikke forstår at de bryter grunnloven eller barnekonvensjonen ved å dele denne informasjonen over lang tid. Dersom ikke man forstår at man bryter loven når man gjør det, er det gjerne den bokstavelige forståelsen av grenseløs, at man ikke oppfatter at grensene eksisterer.

Utvikling av oppfatning korresponderer med konseptet som angår læring. Integreerte aktører har utviklet kunnskap som fører til at samfunnsnormen endrer seg over tid. Det må gjerne også en sak til for at bevisstgjøring av hvilken informasjon som er relevant for å etablere nyanserte perspektiver. Det kan forstås som at et samfunnsfenomen først må komme til verden og eksistere en stund før man kan reflektere over hvordan det skal få eksistere videre.

Informant 2 (PRBU) reflekterer også over hvordan konseptene “bloggere” og “influencere” har endret seg ved at virksomheten har blitt mer profesjonell. Tidligere var det blogger hvor bilder av barn og familieliv ble delt sporadisk, til at det nå er grunnlaget for virksomheten som influencerne drifter.

*“Det er ikke bare influencere som legger ut bilder av barna sine, det er “mamma-influencere”. De er kjent for at de er mødre som bruker primært kontoen sin til å selge produkter rettet mot (...) små barn. (...) Du tjener penger på at du er mor til barn og bruker de som en del av markedsføringen din for å opprettholde ditt virke.”*

Informanten trekker frem flere eksempler som underbygger sitatet og blant dem er bloggen “*Mamma til Michelle*”. Den blir et tydelig eksempel på en plattform utformet av foreldrene,

men hvor grunnlaget er basert på barn. Refleksjonene innebærer også hvordan kontoer som er bygget opp som en virksomhet basert på det å være mamma kan være problematisk for barna ved å etablere barnas verdier og karakteristikk gjennom sin profil for å skulle selge et bestemt produkt.

*“[Barna sin rolle er] passive parter som brukes som - på en måte litt satt på spissen – objekter som skal selge produkter. (...) Ofte er det veldig kjønnsdifferensiert markedsføring. (...) Du får en veldig tydelig profil allerede som barn.”*

Sitatet understreker hvordan det kan være problematisk for barn å være basen for oppbygning av foreldrenes virksomhet. Blant de store profilene av influencere er reklameinnlegg på Instagram en stor del av inntektsgrunnlaget. Dersom produktene det reklameres for baseres på barnas behov og karakter, etableres barnas karakteristikk gjennom hvilke produkter som er passende til foreldrenes profil på nett. Gjennom profesjonalisering av industrien som influencere er en del av, vil barna eksponeres med et formål som er tilpasset foreldrenes ønskede representasjon. Barneombud Inga Bejer Engh skriver i debattinnlegget *“Privatliv og likes”* at slik karakterbygging er en overtramp av barns rett til privatliv:

*“Hvorfor er barns privatliv viktig? Det er viktig fordi det handler om retten til selv å bestemme hva andre skal vite om deg. Det handler om at det er barnet selv som skal sette grensene for hvem det vil være i det offentlige rom. Det kan få umiddelbare konsekvenser, som at det ligger informasjon på nett som barnet ikke vil ha der nå. Det kan også få konsekvenser på sikt ved at informasjonen blir liggende der til evig tid og er med på å definere hvordan den enkelte fremstilles videre i livet”*

Basert på de ulike perspektivene om utvikling, kan det forstås som at antall aktører som eksponerer barn, er færre enn ved bloggingens begynnelse. I dag deles bilder mer formålsrettet enn tidligere, da barns tilstedeværelse i blogger fremstod som mer tilfeldig. Det kan bety at influencerne som hensyntar regulering angående barns rett til privatliv har benyttet seg av informasjon som politisk-orientert læring. Det forsterker også informant 5 (MB) sin oppfatning om at influencerne som enda inkluderer barn i virksomheten er mer grenseløse enn de aktørene som har et bevisst forhold til barnas rett til personvern.

Casen “influencerbarn” utvikler seg i samfunnet ved at industrien er etablert og økonomisk gunstig for influencerne, men den politiske utviklingen er tilsynelatende fraværende. Det kan komme av at det er for lav grad av kunnskap om konsekvensene industrien vil ha for influencerbarna som er involvert. Ettersom casens tidslinje er såpass kort, har ingen av

influencerbarna blitt gamle nok til å oppleve praktiske konsekvenser som voksen. Informasjonen om konsekvenser blir utfordrende å inkludere i den politiske tilnærmingen til saken dersom det ikke finnes eksempler på konsekvensene av en barndom i reklame på sosiale medier. Jenkins-Smith mfl. (2018, 153) argumenterer for at læring kan være mer fraværende i saker hvor data eller teori ikke er tydelig, og det kan dermed bidra til å forklare hvorfor læring blant politiske aktører ikke forekommer på inneværende tidspunkt.

For å skape politisk utvikling i saken mener informant 5 (MB) at å løfte debatten kan være det viktigste elementet, men trekker også frem ansvarliggjøring av aktørene som er involvert. For at en influencer skal kunne reklamere for et produkt må det også eksistere en annonsør som tilbyr produktet og en tilhørende avtale.

*“De ulike annonsørene burde ta ansvar for hvordan de velger, og hvem de velger å promotere seg hos, eller hvem de synes er viktig og hva slags bilder.”*

Videre sikter informanten til et av bildene som er presentert som et visuelt virkemiddel i samtalen. Bildet er reklame for en fotobutikk, to barn er avbildet hvor ett av dem gråter.

*“Jeg skjønner (...) ikke at det gjør seg i en reklame i det hele tatt, og da kan man jo tenke at den annonsøren kanskje har ansvaret for å si at dette er ikke et bilde vi har lyst til å ha i våre reklamer.”*

Etter hvert som influencerbarn er blitt en etablert del av det nettbaserte samfunnet, tydeliggjøres nyanser mellom ulike typer reklameinnlegg. Noen reklamerer for barneprodukter, men unngår å vise barna eller i alle fall barnas ansikt, mens andre – som det tilfellet informant 5 (MB) sikter til – bruker barna og gjerne også i en sårbar situasjon. Et gråtende barn trenger ikke være alvorlig, men det er likevel et tilfelle hvor det uttrykker ubehag. Det fremkommer gjennom informantens refleksjoner om at annonsørene burde vært sitt ansvar bevisst, i hvordan produktene reklameres for. Med gråtende barn i reklame kan det virke som at det ikke er bestemte retningslinjer på innholdet som angår barnas beste. Det kan tolkes som fravær av læring fra annonsørenes side. Etter hvert som man eksponeres for varierende metoder til å benytte barn i reklame, kan det utvikles synspunkt på saken. Synspunktene kan igjen forme folkemeningen som kan være en premissleverandør for hvordan industrien skal eksistere. Informant 4 (BFD) mener holdningsskaping kan være et effektivt virkemiddel i politisk utvikling av influencerbarn-casen:

*“Holdningsskaping. (...) Hvis man lage masse regler som det er veldig vanskelig å håndheve så mister man kanskje respekten for reglene, hvis de ikke blir håndhevet. Så det er ikke fordi man er for eller mot noe, så er det ikke gitt at det er gunstig å lage en regel om det, det kan være andre veier.”*

Holdninger kan forstås som ulike tilnærminger og tankemåter om samfunnsfenomenet, og vil dermed kunne appellere til ACF sitt verdisystem. Holdninger kan være en del av dype og politiske kjerneverdier, som ifølge ACF er utfordrende å endre. Det kan skyldes at grad av konflikt er enten for høy eller for lav til at læring forekommer. Om de motstridende perspektivene på saken innebærer at kjerneverdiene trues, vil motivasjonen til å forsvare egne verdier være sterkere enn motivasjonen for å fordøye ny informasjon fra andre perspektiv (Jenkins-Smith mfl. 2018, 152). I dette tilfellet vil det kunne forstås som hvordan influencerne oppfatter at barnas beste blir ivaretatt, mens motstridende argumentasjon baseres på at både Grunnloven og Barnekonvensjonen brytes.

### 5.2.3. Komparativt perspektiv på politisk-orientert læring

Innenfor casen om retusjert reklame eksisterer det som nevnt vitenskapelig og teknisk informasjon som belyser saken, og understreker hvilken effekt influencerne, og andre reklamedrivende virksomheter, har på unges psykiske helse. Hvordan informasjonen er benyttet i kunnskapsgrunnlaget til Prop. 134L vitner om at politisk-orientert læring er sentralt for politisk utvikling innenfor dette tilfellet.

For influencerbarna eksisterer det perspektiver som debatteres offentlig, men informasjonen er ikke inkludert i den politiske debatten. Noen influencere har tatt et bevisst valg om å ikke inkludere barn i reklame av hensyn til personvern, og tydeliggjør at politisk-orientert læring har vært til stede for noen av aktørene. Til gjengjeld er det fortsatt mange influencere som bruker barn i reklame, annonsører tillater innlegg som tilsynelatende ikke korresponderer med barnas beste, og politiske aktører i posisjon har ikke tatt opp saken i politisk debatt. Det kan bety at informasjonen som eksisterer om saken, ikke benyttes som læring på inneværende tidspunkt og dermed forekommer det heller ikke politisk utvikling.

Jenkins-Smith mfl. (2018, 152-153) sin første hypotese om politisk-orientert læring påpeker at det er mer sannsynlig at læring forekommer mellom sekundære verdisystemer. Funnene i datagrunnlaget kan tolkes som at casene appellerer til ulike verdinivåer hos relevante aktører.

For retusjert reklame-casen er sekundærverdier endret, ved tekniske endringer av eksisterende regelverk som medfører en merkeplikt på bilder som er retusjert.

Casen som angår influencerbarn kobles til foreldreansvar, Grunnloven og Barnekonvensjonen, og gjør at den kan appellere til flere ulike offentlige ansvarsområder. Det kan bety at en systematisk endring av praksisen ikke er på et teknisk nivå, men at man er i berøring med dype og politiske kjerneverdier. Disse verdiene kan relateres til hvordan man anser foreldrerollen og familielivet, som kan appellere til kjerneverdier, samt hvordan det offentlige skal involvere seg i familielivet – hvilken rolle myndighetene skal ha i forbindelse med å regulere saker som foregår innad i kjernefamilien – som appellerer til politiske kjerneverdier. Hvordan saken kan kobles til forskjellige ansvarsområder og verdinivå, belyser flere tilnærminger til samme sak, og kan kobles til nøkkelkonseptet tvetydighet.

### 5.3 Tvetydighet

Tvetydighet kommer frem ved saker hvor det foreligger ulike måter å tilnærme seg samme sak (Zahariadis 2007, 66). En tilstand av tvetydighet kan være til stede ved at en enkelt aktør har uklare perspektiv på en sak, eller at flere aktører har varierende tilnærming til en sak. Det vil si at tvetydighet kan synliggjøres ved to nivåer. Zahariadis (2007, 67) identifiserer tre egenskaper knyttet til identifisering av tvetydighet i en sak: flytende deltakelse, problematiske preferanser og uklar teknologi. For å strukturere analysen av casene kobles det opp mot Zahariadis' tre egenskaper gjennom fire spørsmål:

1. Hva er saken og hvordan forløper den seg?
2. Er det et problem?
3. Hvorfor er det et problem?
4. Hvem sitt problem er det?

De første to spørsmålene kan kobles til egenskapen om problematiske preferanser. Dersom saken oppfattes ulikt, vil tilnærmingene til om det er et problem eller ikke også kunne variere. Det tredje spørsmålet inkluderer også hva som forårsaket problemet. Spørsmål tre og fire belyser uklar teknologi. I denne sammenhengen sikter teknologi til tekniske mekanismer i det politiske samfunnet. Det kan for eksempel angå lovverket eller ansvarlige institusjoner. Spørsmål fire kan også knyttes til flytende deltakelse. Forskjellige perspektiv på problemets



tilhørighet vil også representere variasjon angående hvordan saken adresseres og hvem som skal håndtere det.

### 5.3.1 Retusjert reklame

Tidslinjen for retusjert reklame-casen som er utformet ved figur 1: “*Tidslinje for casen “retusjert reklame”*” bidrar til å etablere rammene for den politiske prosessen som førte til lovendring. Informant 4 (BFD) kommenterer det første punktet på tidslinjen og at Thorkildsens engasjement ikke ble “*konkretisert*”. Dersom saken på dette tidspunktet ikke lar seg konkretisere kan det tolkes som at det ikke var enighet om sakens behov for utvikling. Basert på at informasjonsgrunnlaget i Prop. 134L hovedsakelig baserer seg på håndfaste referanser fra senere tidspunkt, er det utfordrende å antyde at det var manglende informasjon på dette tidspunktet, eventuelt at informasjonen var tilgjengelig, men ikke benyttet. Basert på fraværende innsikt i hendelsesforløpet mellom 2012 og 2018 er det utfordrende å si om usikkerhet eller tvetydighet preget prosessen, og om det er tilfellet, er graden av det ikke mulig å identifisere.

Seks år som skiller første og andre punkt på tidslinjen ved figur 1, og det kan tenkes at dette tidsrommet har vært en periode hvor politikken formes. Utforming av politikk på området blir synlig gjennom representantforslaget og konkretisering av det gjennom anmodningsvedtakene 852 og 853 fra 6. juni 2018. Informant 4 (BFD) har vært en integrert aktør i prosessen og formidler hendelsesforløpet videre fra anmodningsvedtakene:

*“Stortinget (...) ber regjeringen om å gjøre sånn og sånn og da ba de oss. Eller da ba de regjeringen om å fremme forslag om å innføre et merkekrav, og så var det et krav om å endre bestemmelsene om barn i markedsføringsloven. Og når Stortinget ber om det, så må man jo følge opp.”*

Etter Regjeringens instruks utformer BFD høringsnotatet: “*Høringsnotat - forslag til endringer i markedsføringsloven - merking av retusjert reklame mv.*”. Dette fremmer regjeringen i Stortinget 2. desember 2019. Informant 1 (FBT) belyser hvordan saken rammes inn fra problemstilling til utfall:

*“Med én gang en problemstilling kommer opp på agendaen, så er det jo naturlig å vurdere om – for det første om kanskje gjeldende regler kan være tilstrekkelig – eller om det er behov for et nytt lovverk”*

Videre utdyper informanten at markedsføringsloven var naturlig å vurdere fordi en innbefatter å gi barn et særlig vern mot markedsføring. Informant 2 (PRBU) nevner også markedsføringsloven som en naturlig tilknytning til retusjert reklame:

*“Barn har et særlig vern (...) i markedsføringsloven kap. 4 (...) står det spesifikt “du skal ikke spille på sosiale usikkerheter” og så videre, og hvis du da benytter virkemidler som retusjering (...) så er det jo en falsk markedsføring som spiller på usikkerheter hos barn.”*

At barn, markedsføring og sosial usikkerhet allerede er en del av lovverket, gjør at tvetydigheten kan reduseres. Det er nærliggende å anta hvilke reguleringer som skal tilpasses for å treffe den digitale utviklingen når de allerede er nevnt, men gjerne ikke eksplisitt. Det bidrar til å skape en tilstrekkelig nok grad av tvetydighet som kan bidra til politisk utvikling. Det er “nok” til at det blir anerkjent og identifisert, men samtidig ikke for mye til at det blir u håndgripelig.

Fagutvalget for influencemarkedsføring belyser relevante aktører for saken. Både MBL og ANFO er integrerte aktører, og representantene i utvalget, tydeliggjør flere områder av som er involvert og ansvarlig for etisk markedsføring. I tillegg belyser den politiske prosessen i det offentlige, andre integrerte aktørers oppfatning. Det eksisterende regelverket bidrar til å etablere klare rammer og rutiner på hvordan en sak skal behandles etter den er tatt opp på den politiske agendaen. Avklaring av relevante aktører bidrar til å besvare det fjerde spørsmålet, hvem sin jobb det er å håndtere saken, som igjen reduserer grad av tvetydighet.

Det følger 31 hørings svar til høringsnotatet, hvor åtte av dem er uten merknader. Både Press Redd Barna og Forbrukertilsynet er representert blant hørings svarene. De fleste stiller seg positiv til anerkjennelse av retusjert reklame sin påvirkning på unges psykiske helse. Det oppfattes at innvendingene mot forslaget gjelder i størst grad unntak fra merkeplikt, som beskrives under punkt 6: “*Merknader til lovforslaget*” i høringsnotatet:

*“Med ”kropp” forstås torso og ekstremiteter, det vil si at retusjering av ansikt og resten av hodet ikke omfattes av merkekravet. Med retusjering forstås bildebehandling der selve motivet i bildet forskjønnes eller endres. Formålet med kravet om merking av retusjert reklame er å søke å redusere omfanget av*

*kroppspress, som for mange leder til slanking og overdreven trening. Dermed vil håndhever av merkekravet ikke måtte vurdere om glatt og fin hud på person i reklame skyldes bruk av sminke, kosmetiske inngrep eller retusjering.”*

PRBU sitt hørings svar kommenterer blant annet følgende:

*“Kroppspress er også utseendepress. Et spesielt økende fokus på retusjering av ansikt gjør at det er høyst aktuelt å inkludere dette som et grunnlag for å kreve merking. (...) Grunnlaget for å ikke inkludere dette forekommer ikke tydelig i høringsnotatet, med unntak av erfaringer fra andre land, og Press ber derfor departementet å revurdere denne grensedragningen.”*

Forbrukertilsynet har samme oppfatning med hensyn til unntak fra merkeplikt:

*“Etter Forbrukertilsynets vurdering bør merkekravet også omfatte hode. (...) Dette gjelder etter vårt syn i like stor grad for endringer i ansiktet, som f.eks. det å ta injeksjoner for å få større lepper eller annen bruk av fillers etc., som fremstår som en trend for noen unge påvirkere<sup>5</sup>.”*

Informant 4 (BFD) kommenterer hørings svarene i intervjuet:

*“Dette materiellet, og det er at de for vi har foreslått at man ikke hvis du har fått en blåveis eller en kvise i ansiktet, og så skal du delta på en eller annen foto session dagen etter, så er det kanskje litt dumt - at da kan du få lov til å fjerne den, tenkte vi. Men så er det da et hørings svar som går på at: “Nei, det vil bidra til kroppspress, at man ikke kan se hvordan det er å være naturlig”. Ja, så vi får se hva det ender opp med da. Vi skal jo vurdere det. Men jeg synes egentlig det var et godt innslag. Sånn som opplegget er nå da, så har du veldig uren hud - da skal den være der, men hvis du bare har én kvise som er akkurat den dagen, så kan du skjule den, og det er ikke gitt at det er en god grenseoppgang da.”*

Det er altså flere perspektiver på unntak fra merkeplikt. I intervjuet av informant 4 oppfattes det en undertone som angår at en kvise eller to ikke utgjør den store forskjellen på unges psykiske helse. Mye innhold i sosiale medier angår likevel reklame for hudprodukter og andre kosmetiske hjelpemidler, og en plettfri hud er gjennomgående i retusjerte innlegg.

Refleksjonen av grenseoppgang mellom antall kviser som kan retusjeres, kan antyde til utfordrende nyanser å håndtere ved regulering. Departementets syn på unntakene versus responsen i hørings svarene, synliggjør flere tankemåter om samme sak, som er definisjonen

---

<sup>5</sup> Norsk, mindre brukt, oversettelse av begrepet influencere.

på tvetydighet. I prop. 134L, fremkommer det at enighet er etablert for omfanget av merkekravet:

*“Med «kropp» forstås hele mennesket, også hode og ansikt. Hode er en del av kroppen, og en del av utseende- og kroppspresset handler om ansikt. Også endringer på mindre kroppsdelar i ansiktet, som nese, hake, lepper, kinn osv. har potensiale til å fremme urealistiske idealer for utseende. Også hudendringer omfattes av merkekravet.”*

Med utgangspunkt i høringsnotatet, høringssvarene og proposisjonen kan det vitne om at tilstrekkelig grad av tvetydighet innenfor en sak vil bidra til politisk utvikling.

I høringssvaret fra PRBU nevnes også influencernes særegne posisjon innenfor påvirkningskraft i forbindelse med reklame:

*“Barn og unge som mottakere av reklame og mediepåvirkning i 2020 [enn i 2007] er mye mer sammensatt, samtidig som reklamen foregår i større grad på sosiale medier og i “skjulte” reklameformer. Influencere er i større grad formidlere av reklamebudskap enn før. Dette kan være problematisk, ettersom at følgermassen til influencere i større grad føler en personlig relasjon og tillit til vedkommende”*

PRBU sitt perspektiv på influencernes rolle i sosiale medier tydeliggjør konteksten for casene. Sett i lys av sosiale mediers utvikling og posisjon innenfor casen om retusjert reklame, kan tvetydighet appellere til hvordan influencernes konsept er utformet. Influencere bygger opp en stor følgermasse på kontoene sine, eksempelvis har de største norske influencerne over 500 000 følgere på Instagram. Daglig kontakt mellom influencer og følgere gjennom bilder og videoklipp, likerklikk<sup>6</sup> og kommentarer, etablerer et slags tillitsforhold mellom avsender og mottaker. Regelverket for retusjert reklame, gjelder som navnet sier, *reklame*. Om en influencer publiserer retusjerte bilder utenom reklame, og på den måten skaper et falskt ideal av seg selv på sine egne kontoer, så er det ikke noe som faller inn under regelverket. Det bidrar til at profilen i sin helhet kan være preget av falske idealer som kan påvirke unge negativt. Hvordan influencerne eksponerer seg i sine kanaler appellerer til ytringsfrihet mener informant 3 (FIM):

*“Hvis det bare er en eller annen som har et veldig stort behov for å ta bilde av seg selv mens hun gjør en eller annen kosmetisk operasjon, og som har på en måte reklamert for buttliften<sup>7</sup> sin i alle, eller “reklamert for”... Det har vært bilder og reportasjer, og på TV2, og sånn om hennes buttlift (...) men det er ikke reklame. [Man] kan bare regulere der det egentlig er snakk om et kommersielt samarbeid*

<sup>6</sup> Man kan trykke «liker» under innlegg på sosiale medier, hvor antall klikk på «liker» vil telles opp og understreke hvor mange som har interagert med det spesifikke innlegget gjennom antall likerklikk.

<sup>7</sup> Brazilian Butt Lift: Kosmetisk operasjon som innebærer rumpeforstørrelse eller rumpeløft.

*med noen hvor noen får noe billigere eller gratis eller får penger for å reklamere.”*

Dersom man følger en konto over lang tid, kan man anta at kroppspress er like overførbart i retusjerte innlegg uten reklame, uten at innleggene trenger å merkes som retusjert. Det reguleres ikke under det nye regelverket av hensyn til influencernes rett til ytringsfrihet, at man skal kunne portrettere seg selv som man ønsker. Til gjengjeld er det en annen diskusjon når de samme aktørene også inkluderer barna som en del av sin rett til egen portrettering.

### 5.3.2 Influencerbarna

Influencerbarna kan spille en større eller mindre rolle i foreldrenes profiler. Noen aktører har bygget opp hele sin internettidentitet på foreldrerollen, mens andre har en selvstendig identitet, og barna deltar i utvalgte innlegg.

For å etablere oppfatning blir informantene spurt om å definere fenomenet. Informant 4 (BFD) fremstår ambivalent til sakens innhold:

*“Ja, nei, men jobber barnet? Det er ikke lov med barnarbeid. De blir tatt bilde av. Er det jobb?” (...) Nei, jeg tenker jo at det ikke er arbeid, men jeg tenker at det er misbruk av bilder, og personvern da. (...) Og hvilket departement er det som har ansvaret for det? Datatilsynet, men hvem er overordnet departement der? (...) Kan det være kommunaldepartementet? Det er jeg usikker på, men jeg ville heller gått den veien.”*

Gjennom informantens refleksjoner kan alle egenskapene for tvetydighet identifiseres, innenfor en enkelt aktørs oppfatning. Det fremkommer at informanten er usikker på hva saken omfatter, og diskusjonen mellom barnarbeid eller misbruk av bilder bidrar til å identifisere en oppfatning om at “influencerbarn” som samfunnsfenomen er et problem. Selv innenfor én aktørs oppfatning er det ikke en tydelig ramme rundt saken, noe som kan vitne om problematiske preferanser.

At influencerbarncasen kan anses som et problem, blir tydelig gjennom alternativene informanten reflekterer over. Både barnarbeid og misbruk av bilder omfatter samfunnsfenomen som bryter med regelverket og barns rettigheter. På denne måten vil begge oppfatningene være en problematisk sak. Dersom saken enten bryter lovverk knyttet til barnarbeid eller personvern og misbruk av bilder, vil det i seg selv argumentere for at det er problematisk. Sitatet innebærer refleksjon over hvem sitt ansvarsområde saken faller inn under. Det kan tolkes som at informanten ikke oppfatter at eget departement, Barne- og

familiedepartementet, er ansvarlig for å følge opp influencerbarna. Kommunal- og distriktsdepartementet trekkes frem som mer relevant for å belyse saken, sannsynligvis i forbindelse med departementets ansvar for elektronisk kommunikasjon og IKT- og forvaltningspolitikk<sup>8</sup>.

Tvetydighet kan også bli synlig på et annet nivå, som angår at flere aktører oppfatter saken med ulike perspektiv. De øvrige informantene betrakter saken med annen vektlegging i refleksjonene. Ytringsfrihet er informant 3 (FIM) sitt utgangspunkt for sakens definisjon. Perspektivet innebærer at foreldre har rett til å ytre seg gjennom egne kanaler, og om barna deltar, faller det inn under foreldrenes rett. Informanten er også representert i Fagutvalget for influencermarkedsføring, men oppfatter ikke at retningslinjene i fagutvalget er relevant for influencerbarna. Regulering av virksomheten er det sentrale i argumentasjonen fra informant 1 (FBT). Gjennom besvarelsen reflekteres det over at det per dags dato ikke finnes lovverk som regulerer det å benytte barn i markedsføring. At saken umiddelbart kobles med regulering, og i dette tilfellet fravær av regulering, kan tolkes som at saken anses som et problem. Informant 2 (PRBU) oppfatter at “influencerbarn” er en slags definisjon på virksomheten, hvor det å være influencer basert på morsrollen handler om å bruke hele sin tilstand. Alt fra graviditet, til omgivelser og barnas rolle som “*objekter som skal selge produkter*” (informantens ord) faller inn under virksomhetens elementer. Det kan kobles til informant 5 (MB) sin oppfatning av saken, som innebærer at barna blir behandlet som foreldrenes eiendom for å øke annonseinntekter.

De ulike perspektivene på sakens innhold understreker ulike tilnærminger til samme samfunnsfenomen, som er selve definisjonen på tvetydighet ifølge Feldman, som sitert i Zahariadis (2007, 66). Tross varierende grad, er det overordnede inntrykket av informantenes definisjoner, at saken er å anse som et problem. I tillegg til det innledende sitatet fra informant 4 (BFD) nevnes også barnearbeid i to andre samtaler. Alle koblingene til barnearbeid har ulikt utgangspunkt. Informant 3 (FIM) anser saken som en familiebedrift, i likhet med gårdsarbeid eller familiedrevet butikk:

---

<sup>8</sup> «Departementet (KDD) har ansvar for bustadpolitikk, plan- og bygningslova, arbeid med FNs bærekraftsmål, kart- og geodatapolitikken, kommuneøkonomi og lokalforvaltning, IKT- og forvaltningspolitikk, elektronisk kommunikasjon, regional- og distriktpolitikk, det administrative ansvaret for statsforvaltarane, valg gjennomføring, politikken overfor samar og nasjonale minoriteter, statleg arbeidsgivarpolitikk og statleg bygg- og eigedomsforvaltning.» (Hentet fra Regjeringen.no juni 2022)

*“Man kan liksom spøkefullt kalle det for barnarbeid, men det handler om å bidra. (...) Så er dette litt annerledes, for de skjønner jo ikke nødvendigvis at de gjør en innsats, de blir bare tatt bilder av, som gjør det vanskeligere å regulere”*

Perspektivet kan tolkes som tvetydig, handler det om å bidra dersom bidragsyterne ikke er klar over hvilken innsats de gjør? Bokstavelig kan “bi-dra” tolkes som å dra noe sammen, og innsats er ofte forstått som at man legger egen vilje i å delta. Barnas perspektiv er tilnærmet umulig å etablere dersom barnet som deltar er en baby. I tilfeller hvor barna er eldre, er de likevel for ung til å forstå omfanget av en konto på sosiale medier med flere hundre tusen følgere, og de økonomiske fordelene en sånn konto fører med seg for innehaveren. At det er utfordrende å regulere en sak som influencerbarn-casen fordi barna ikke er klar over deltakelsen sin, harmonerer dårlig med det øvrige lovverket samfunnet har etablert for at barn skal være trygge.

Informant 5 (MB) understreker tydelig at barn ikke skal være mer rettsløse fordi det er foreldrene som krenker deres rettigheter, dersom det ville vært straffbart om noen andre hadde gjort det. Hennes kobling til barnarbeid skiller seg også fra andre refleksjoner:

*“Jeg merker selv det sitter så langt inne for meg å kalle det barnarbeid, men det er jo fristende å gjøre det. (...) Det er fremdeles barn som skaffer penger til foreldrene sine.”*

Om saken kan defineres som barnarbeid er det tilsynelatende varierende oppfatninger om. Hvordan barnarbeid nevnes kan kobles til både problematiske preferanser og uklar teknologi. Barnarbeid er en naturlig kobling til saken for flere, men oppfatningen av hva barnarbeid innebærer kan det tyde på at aktørene har ulike perspektiv på hva barnarbeid består av. At loven som angår barnarbeid skal appellere til samfunnsfenomen kan tolkes forskjellig, og med uklare politiske mål med regelverket er både problematiske preferanser og uklar teknologi synlig. Flere av informantene knytter ulike regelverk til influencerbarna. Informantene 2 (PRBU) og 5 (MB) anser Barnekonvensjonen og delene av Grunnloven som gjelder barns rett til privatliv, personvern og vern om integritet, som særlig sentrale for influencerbarna. Barneloven står sentralt i samfunnet, og informant 5 (MB) understreker essensen av loven:

*“Foreldre skal ikke dele det uten at det er til barnets beste. (...) Det er et krav på beskyttelse som barn har, det er ikke at det ikke skal være til skade, det skal faktisk være til det beste.”*

Sitatet belyser hvordan argumentasjon for at det ikke er skadelig, ikke er tilstrekkelig for å håndheve loven. Barnas deltakelse skal ikke være basert på å øke foreldrenes økonomiske fordeler, for foreldre skal alltid handle etter barnas beste. Det understreker hvordan loven kan oppfattes forskjellig, ettersom virksomhet med influencerbarn ikke er regulert enda. Det kan vitne om to av egenskapene for tvetydighet. Problematiske preferanser blir synlig ved at barns rettigheter ikke angår samfunnsfenomenet i praksis. Dersom barns privatliv og vern om integritet krenkes av jevn informasjonsdeling til offentligheten, samtykke til deling av informasjon ikke kan innhentes, og barnets beste er i andre rekke etter foreldrenes økonomi, er det tydelig at lovverkets formål ikke oppfylles i dette tilfellet. At lovverket ikke har en praktisk funksjon for influencerbarna, synliggjør uklar teknologi – informasjonen som er tilgjengelig om samfunnsfenomenet knyttes ikke til eksisterende reguleringer.

Den tredje egenskapen for tvetydighet, flytende deltakelse, ble synlig ved influencerbarn-casen i en tidlig fase av prosjektet, gjennom respons til invitasjon om deltakelse i studien. For fullstendig oversikt over de ulike aktørenes respons se tabell 2: *“Forespurte informanter”*.

Ettersom retusjert reklame er en del av markedsvirksomhet, og influencerbarna bidrar til foreldrenes virksomhet var det naturlig å kontakte Arbeids- og inkluderingsdepartementet, for å undersøke om det er en politisk sak som er aktuell og hvilke regelverk som eventuelt appellerer til saken. Av fire forespørsler, var det to som begrunnet avslaget. Responsen innebar stort sett at aktørene ikke anså seg selv som relevante informanter, og at casene var “langt” utenfor aktuelt arbeidsfelt. Det ble anbefalt å kontakte Barne- og familiedepartementet.

BFD besvarte som kjent forespørselen med positivt svar, og stilte til intervju. Intervjuet var likevel preget av at informanten ikke oppfattet sin relevans koblet til denne casen, blant annet gjennom følgende sitat:

*“Jeg må si at den når det gjelder de barna, så må jeg si at jeg er på veldig tynn is, jeg sier ikke noe særlig klokt om det, men det er ikke mitt felt, rett og slett.”*



Flere besvarer invitasjonen ved å anbefale kontakt med Medietilsynet eller Datatilsynet, inkludert informant 1 (FBT) i intervjuet. Datatilsynet besvarer ikke forespørslene. Medietilsynet sender invitasjonen først videre til antatt relevant avdeling, som igjen besvarer ved å anbefale å kontakte Forbrukertilsynet.

Alle departementene, Medietilsynet, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og PRBU er listet som høringsinstanser ved prop. 134L. Det kan derfor tolkes som at aktørene som har avslått invitasjon om deltakelse basert på at arbeidsfeltet ikke appellerer til casenes innhold, hovedsakelig refererer til influencerbarn-casen.

Institusjoner som er koblet til barns rettigheter, digital utvikling, privat virksomhet eller en kombinasjon av dem, er rasjonale bak valg av forespurte informanter. I tillegg synliggjør aktørenes responser hvem de oppfatter at kan kobles til casen. Den varierende oppfatningen til relevante aktører er ambivalent, og omstendigheter som preger casen i forbindelse med aktørene er derfor diffus. De som er antatt relevant ved utforming av prosjektet, er også antatt relevant for mange av aktørene. Til gjengjeld er det få av aktørene som selv oppfatter deres relevans. Varierende tilnærminger til hvilke aktører og institusjoner som kan relateres til ansvar for influencerbarna og deres rettigheter, kan bety at saken preges av høy grad av tvetydighet.

Gjennom respons på invitasjoner tydeliggjøres første egenskapen Zahariadis (2007, 67) beskriver for å identifisere tvetydighet. Zahariadis fokuserer på flytende deltakelse vedrørende saker som allerede er på den politiske agendaen, men det kan også tolkes som at egenskapen kan gjelde for “influencerbarna” som ikke er på agendaen. I den forstand appellerer flytende deltakelse til at det er uklart hvem som har ansvaret for at saken mottar politisk oppmerksomhet, og som etterfølger at lovverket som angår barns rettigheter også blir fulgt på internett. Flytende deltakelse kan for eksempel knyttes til aktører som har vært integrerte aktører i den politiske prosessen angående retusjert reklame, hvor engasjementet for barn og deres trygghet ved digital utvikling er et ansvarsområde. De samme aktørene anser til derimot ikke influencerbarna som en del av deres arbeidsfelt.

### 5.3.3 Komparativt perspektiv på tvetydighet

Fra tidslinjens start ved retusjert reklame-casen fremkommer det lav grad av tvetydighet.

Gjennom intervjuene kommer det frem at folkemeningen har endret seg, ved at man

anerkjenner retusjert reklame sin negative effekt på psykisk helse. Det kan bety at tvetydighet har vært en faktor før tidslinjens start, da man hadde ulike perspektiver på om saken var et problem. Etter at en politisk aktør i regjering har rettet offentlig fokus mot en bestemt sak, forløper oppmerksomhet mot saken radig. I tidsrommet mellom statsrådets oppmerksomhet og representantforslaget kan man anta at politikken i anmodningsvedtakene utformes. Gjennom dokumenter fra det offentlige registreres lite tvetydighet i sakens politiske prosess. I høringssvarene identifiseres et element hvor det er flere tenkemåter om samme sak knyttet til uklar teknologi, som viser seg å være løst i Prop. 134L.

Koalisjonen som representeres i Fagutvalget for influencemarkedsføring, synliggjør enighet om relevante aktører for håndtering av saken. Utvalgets formål er beskrevet som ansvarliggjøring av influencere og øvrige aktører knyttet til bransjen ved å anerkjenne påvirkningskraften mot et ungt publikum. Samtidig er det *begrenset* til å omhandle påvirkning i form av reklame og kroppspress, og andre aspekter ved bransjen, som for eksempel deltakere i reklamen, er utelatt per nå.

Til sammenligning er det gjennomgående høy grad av tvetydighet for influencerbarna. Fra selve oppfatningen av saken, til relevante aktører og regelverk, er det ikke ett perspektiv som er likt et annet gjennom analysen av datagrunnlaget. Alle egenskapene for tvetydighet basert på Zahariadis' (2007) definisjon er fremtredende ved sakens politiske prosess. Den store forskjellen på grad av tvetydighet mellom casene kan antyde at dette nøkkelkonseptet spiller en stor rolle i den politiske prosessen.

Det kan tenkes at det har vært faktorer som har redusert graden av tvetydighet for retusjert reklame, som enda ikke har vært til stede ved influencerbarna, for eksempel som klar statistikk på hvilken effekt kroppspress har for unge. En slik faktor kan betegnes som eksterne forstyrrelser i den politiske prosessen.

#### 5.4 Eksterne forstyrrelser

Eksterne forstyrrelser kan være endringer i sosioøkonomiske forhold, endring i styresett eller kriser. Det er sentralt for å forklare politisk endring både innenfor MSF og ACF.

Rammeverkets kombinasjon hensyntar begge perspektivene. Sett gjennom ACF vil forstyrrelsene bidra til at aktørers verdisystem eller perspektiv på ressurser endrer seg (Sabatier og Weible 2007, 198-199), mens i MSF vil forstyrrelser skape endring i strømmene

som gjør at nye koblinger mellom sak, løsning og politikk kan bli synlig (Kingdon 2003, 168-169).

#### 5.4.1 Retusjert reklame

Retusjert reklame kommer på den politiske agendaen etter at representantforslaget 187 S fremlegges og vedtas i Stortinget. Det betyr at eksterne forstyrrelser som former den politiske prosessen må forekomme før saken er på agendaen. Eksterne forstyrrelser som faktor for politisk utvikling må derfor skje på et tidligere tidspunkt enn vedtaket. Det fremkommer gjennom innholdet i anmodningsvedtakene som er gjenfortalt i Prop. 134L. Elementene som angår tilstanden til unges psykiske helse, eksempelvis anoreksi som tredje vanligste dødsårsak blant unge jenter og Folkehelseinstituttets anslag på 70 000 barn og unge som har psykiske lidelser, kan tolkes som en krise. Krise vil i denne sammenhengen forstås som informasjon som presenteres og fremstår alvorlig, som krever offentlig oppmerksomhet av relevante aktører.

I henhold til rammeverket kan rapportene anses som indikatorer som skaper forstyrrelser i strømmene. Med ny informasjon tilgjengelig skapes det bevegelse, og potensielle koblinger mellom dem blir fremtredende. Rapportene kobler årsakssammenhenger mellom unges psykiske helse og bruk av digitale medier. Etter hvert som digitale plattformene utvikles, endres også forbruksmønsteret. Det kan spesielt kobles til sosiale medier, hvor det er lagt opp til at man skal følge med på daglige oppdateringer. I tillegg er utforming av de ulike plattformene basert på at man skal bruke så lang tid som mulig på applikasjonen, for eksempel ved hjelp av at algoritmer beregner hvilket innhold som fanger forbrukerens interesser i størst grad. Rapportene understreker hvordan kroppspress via sosiale medier påvirker unges selvbilde, og er sannsynligvis også koblet til økende bruk. Med eksterne forstyrrelser i form av rapporter synliggjøres utviklingen og reklamens påvirkningskraft, som gjør at saken fremheves i saksstrømmen.

Rapportene tydeliggjør særlig effekten retusjert reklame har på unge forbrukere. Det vil si at det også skapes bevegelse i løsningsstrømmen. Ettersom det allerede eksisterer et lovverk som tar for seg markedsføring, og en tilsynsetat som håndhever regelverket, blir endring av markedsføringsloven en synlig faktor i løsningsstrømmen.

Den mest sentrale effekten av eksterne sjokk er redistribusjon av ressurser, eller åpning og lukking av mulighetsvinduer (Sabatier og Weible 2007, 199). Regjeringsskiftet 16. oktober 2013 fra Stoltenberg- til Solberg-regjeringen er en overgang som markerer endring av

ressurser i form av politisk makt. Aktøren, Thorkildsen, som adresserte temaet i utgangspunktet gikk ut av regjering uten at saken var blitt en del av den politiske agendaen. Som tidslinjen ved figur 1 viser, er representantforslaget fremlagt i 2018, fem år etter at Solbergregjeringen var etablert. Det kan bety at SV, partiet som statsråden tilhører, kan distribuere ressursene sine annerledes på utsiden av regjering, og bidra til å plassere retusjert reklame og kroppspress på agendaen.

#### 5.4.2 Influencerbarna

For influencerbarna er det ingen tydelige eksterne forstyrrelser som har medført politisk endring. Antydning til forstyrrelser vil være de gangene temaet er løftet frem i samfunnsdebatten. For eksempel når relevante aktører løfter temaet frem ved å etterspørre regulering som både Gjelsvik og barneombudet gjør gjennom sine innlegg som beskrevet under «5.1 Presentasjon av casene», eller UNICEF gjennom sin “*Stop Sharenting*”-kampanje, kan det oppfattes som en forstyrrelse i saksstrømmen. Det er likevel ikke tilstrekkelig bevegelse til å skape koblinger med andre strømmer som medfører endring.

Fravær av politisk utvikling vedrørende influencerbarn-casen gjør det vanskelig å si noe om hvilke eksterne forstyrrelser som har hatt effekt. Det har vært tilfeller hvor eksponering av barn i digitale medier har vært en sak, som kunne representert forstyrrelse i systemet.

Informant 5 (MB) forteller om et tilfelle hvor barneombudet klagde inn en YouTube-video til Datatilsynet, basert på at foreldrene delte sensitiv informasjon om et sykt barn. Tilsynet valgte ikke å gripe inn, ifølge informanten. Det kan kobles til Informant 3 (FIM) sin opplevelse av at ekstreme tilfeller av saken er fraværende, og det er blant forklaringene til at influencerbarna ikke mottar politisk oppmerksomhet:

*“Jeg tenker at for at det skal skje noe her, så må det skje en litt sånn dramatisk endring som gjør at vi får en debatt, med noen eksempler som er så drøye at alle reagerer.”*

Informant 3 (FIM) sammenligner det med #metoo-bevegelsen som bidro med å løfte frem eksempler som var så drøye at det ble en kollektiv oppfatning om at dette var en krise som burde få offentlig oppmerksomhet. Den nasjonale stemningen endret seg og medførte politisk utvikling. Me-too-bevegelsen kan relateres til rapportene som er sentrale for retusjert reklame. Mange tilfeller i #metoo utgjør til sammen en forstyrrelse, på samme måte som rapportene som sammenlagt skaper forstyrrelse. For influencerbarna er det per dags dato bare ett tilfelle av en “ekstrem hendelse” som er kjent for informantene, og synlig i datagrunnlaget. Det kan

bety at tilfellet på YouTube ikke er stort nok i seg selv til å anses som en krise, og at en sak som dette krever flere indikatorer over lengre tid for å utgjøre forstyrrelser store nok til politisk utvikling.

#### 5.4.3 Komparativt perspektiv på eksterne forstyrrelser

Den generelle oppfatningen av eksterne forstyrrelser er at forskjellen mellom sakene er konkrete indikatorer på at saken trenger politisk oppmerksomhet. Casen om retusjert reklame etablerer vitenskapelig og teknisk informasjon gjennom rapporter, som benyttes ved agendasetting. Gjennom forskning identifiseres konkrete indikatorer som forsterker perspektivet på saken, som er adressert av en politisk aktør i regjering. Kombinasjonen av regjeringsskiftet og indikatorene, skaper forstyrrelser som er sterke nok til å påvirke den politiske prosessen.

Til sammenligning er det fravær av eksterne forstyrrelser for influencerbarna. Det kan tenkes at “*Stop Sharenting*”-kampanjen, som identifiserer konsekvenser som identitetstyveri i fremtiden, vil være en del av det vitenskapelige informasjonsgrunnlaget hvis influencerbarna mottar politisk oppmerksomhet ved et senere tidspunkt. Alene er likevel kampanjen ikke en kraftig nok forstyrrelse for politisk utvikling. Samfunnsdebatten om saken mangler elementene som er til stede ved retusjert reklame-casen, i form av en politisk aktør i posisjon, fordeling av politiske ressurser, indikatorer som er sterke nok til å sammenlagt skape bevegelse eller tilfeller som er ekstreme nok til at politisk fokus endrer seg.

Riktignok har retusjert reklame vært tilstedeværende over lenger tid enn influencerbarn. Konsekvensene av influencerbarn er gjerne ikke identifiserbare på samme nivå som konsekvenser av retusjert reklame. Den tidsmessige rekkefølgen av politisk fokus er dermed aktuell å identifisere.

#### 5.5 Tidsmessig rekkefølge

Tidsmessig rekkefølge er knyttet til oppfatningen om aktørers begrensede rasjonalitet. Politiske aktører vil ikke ha mulighet til å utforme politikk med all informasjon og kognitiv kapasitet til å utforme de beste politiske beslutningene til et hvert tidspunkt. For tidsmessig rekkefølge vil det innebære at politiske aktører handler med formål om å fordele tiden så effektivt så mulig, til fordel for å håndtere saker best mulig (Zahariadis 2007, 68). Det kan bety at i praksis behandles politiske saker etter hvert som de blir presentert som håndterlige.

### 5.5.1 Retusjert reklame

Innenfor tidsmessig rekkefølge av casene er tidslinjen sentral. Ved retusjert reklame er avgrensningen basert på tidspunktet hvor Thorkildsen rettet oppmerksomhet mot saken. En politisk aktør som adresserte en sak med lav grad av tvetydighet, fordi Thorkildsen hadde en klar oppfatning om at retusjert reklame og kroppspress er tilknyttet hverandre. Det kan tydeliggjøre politisk-orientert læring, og lav grad av tvetydighet på individuelt nivå. Rapportene publiseres og utvikling i andre land på lignende tidspunkt redegjøres for, som sammenlagt etablerer et grunnlag for casens innhold. Gjennom representantforslaget tilgjengeliggjøres informasjonen for befolkningen og andre politiske aktører, som igjen bidrar til å redusere grad av tvetydighet mellom aktører. Det vil si at den tidsmessige rekkefølgen som presenteres gjennom tidslinjen, påvirker den politiske prosessen for saken. Det medfører at retusjert reklame og kroppspress når den politiske agendaen.

### 5.5.2 Influencerbarna

For influencerbarna er det et tydelig skille ved tidsmessig avgrensning. Det finnes aktører som har et klart perspektiv på saken og dens innhold, som også er politisk engasjert. Eksempelvis er informant 2 tilknyttet Press Redd Barna Ungdom, organisasjonen som hadde politisk gjennomslagskraft ved retusjert reklame, og Barneombudet synliggjør lav grad av tvetydighet og politisk-orientert læring gjennom debattinnlegget «Privatliv og Likes» i Dagsavisen, som beskrevet under «5.1 Presentasjon av casene». Likevel er det flere relevante aktører som ikke oppfatter saken på samme måte, både i departementer og i bransjen influencerbarna kan knyttes til. Gjennom analyse av datagrunnlaget, samt responser til deltakelse i studien fra forespurte informanter fremkommer det både at tvetydighet preger saken i stor grad, og at informasjon tilknyttet politisk-orientert læring er fraværende på inneværende tidspunkt.

### 5.5.3 Komparativt perspektiv på tidsmessig rekkefølge

For influencerbarna er det enda ingen politisk aktør i posisjon, som har benyttet seg av politisk-orientert læring basert på teknisk og vitenskapelig informasjon. Dermed reduseres ikke tvetydighet for saken. Eksterne forstyrrelser oppfattes gjerne ikke i samfunnet fordi saken er preget av mye tvetydighet, og forstyrrelsene vil ikke identifiseres som indikatorer. Det kan tenkes at sakens tidsmessige rekkefølge fortsatt mangler sentrale elementer for politisk utvikling. Barna som er en del av samfunnsfenomenet er fortsatt for unge til at

konsekvenser i voksenlivet er synlig. Deres rettigheter som voksne, frigjort fra foreldreansvaret, vil derfor ikke utspille seg eller synliggjøres der saken er nå.

Det vil si at tidsmessig rekkefølge vil i denne studien være sentralt for å knytte nøkkelkonseptene sammen. Tidslinjene ved figur 1 og figur 2 tydeliggjør forskjellene mellom casene, og elementene som har vært sentrale for retusjert reklame har enda ikke vært mulig å etablere på tidslinjen for influencerbarna. Politisk-orientert læring har bidratt til å redusere tvetydighet for retusjert reklame, og eksterne forstyrrelser har vært katalysator for politisk-orientert læring, som igjen har etablert den tidsmessige rekkefølgen for casens politiske prosess. Det kan bety at tidsmessig rekkefølge bygger på de andre konseptenes tilstedeværelse, og relasjonen mellom dem. Dersom tvetydigheten er for stor og politisk-orientert læring og eksterne forstyrrelser ikke er til stede i stor nok grad, vil ikke tidsmessig rekkefølge som konsept kunne bygge på de andre. Dermed vil det ikke være en tidsmessig rekkefølge av aktørers fokus, og dermed konseptenes tilstedeværelse, for influencerbarna, og understreker konseptenes forhold til hverandre.

## Kapittel 6: Konklusjoner

I dette kapitlet presenteres studiens konklusjoner. Basert på slutninger fra analyse av datagrunnlaget, vil forskningsspørsmålene og problemstillingen besvares.

Hvordan det teoretiske rammeverket og studiens metodologiske utforming har preget oppgaven vil diskuteres under teoretiske og metodologiske refleksjoner.

Besvarelse av problemstilling kombinert med teoretiske og metodologiske refleksjoner er grunnlaget for å vurdere potensiell fremtidig forskning, som presenteres under masteroppgavens siste seksjon.

### 6.1 Problemstilling og forskningsspørsmål

Studiens problemstilling er “Hvordan kan forskjellige utfall av den politiske prosessen innenfor lignende kontekst forklares?” Konteksten som studien tar utgangspunkt i er prosesser innenfor digital utvikling av samfunnet, spesielt med tanke på barns rettigheter som både forbrukere og deltakere.

Forskningsspørsmålene er utformet basert på de fire nøkkelfonseptene som potensielle forklarende faktorer, og belyser ulike tilnærminger til problemstillingen. Det vil derfor redegjøres for svar på problemstilling gjennom besvarelse av forskningsspørsmål.

#### 6.1.1 I hvilken grad og form har det forekommet politisk utvikling innenfor casene?

Den politiske prosessen for retusjert reklame-casen startet ved en politisk aktør i posisjon som adresserte et samfunnsfenomen. Vitenskapelig og teknisk informasjon om ungdoms psykiske helse, kroppspress og digital utvikling, var grunnlaget for representantforslaget som plasserte retusjert reklame på den politiske agendaen. Saken ble behandlet i Stortinget, og basert på høringssvar ble innholdet i det opprinnelige forslaget tilpasset. I Prop. 134L redegjøres det for endelig innhold av lovforslaget. Endring av markedsføringsloven er vedtatt, og retusjert reklame skal merkes fra juni 2022.

For influencerbarna er utviklingen av saken mindre tydelig. Foreldre som influencere ble særlig synlig fra 2011, og i løpet av de neste årene tydeliggjøres utviklingen av lønnsomhet knyttet til en slik rolle. I samme periode blir barn og personvern knyttet til digital utvikling et tema gjennom bøker, kampanjer og ulike personlige innlegg. Samfunnsdebatten om temaet befinner seg fortsatt nettopp der, blant befolkningen i samfunnet, mens den politiske debatten



om influencerbarna er fraværende, dermed er heller ikke saken til stede ved den politiske agendaen.

### 6.1.2 Hvilke omstendigheter preger prosessen?

For retusjert reklame har den politiske prosessen et utfall som medfører endring av markedsføringsloven. Prosessen starter i henhold til denne studiens avgrensning, med at en politisk aktør har hatt politisk-orientert læring og lav grad av tvetydighet på individuelt nivå. Informasjonen formidles til befolkningen, og informasjonen tilgjengeliggjøres gjennom offentlige dokumenter. Basert på informasjonen formes folkemeningen som bidrar til å redusere grad av tvetydighet for øvrige aktører basert på politisk-orientert læring. Ting skjer til rett tid for at utvikling skal forekomme. Eksterne forstyrrelser blir indikatorer på sakens posisjon i samfunnet, og grad av behov for endring. Vitenskapelig og teknisk informasjon fra rapporter og andre land, redegjør for politisk-orientert læring og reduserer tvetydighet. Det vil si nøkkelkonseptene kombinert har formet den politiske prosessen, og bidratt til at politisk utvikling kan skje.

For influencerbarna er det aktører tilknyttet politikken som uttaler seg om saken i samfunnsdebatt, men politiske aktører i posisjon er ikke til stede ved debatten. Derfor er det lite teknisk og vitenskapelig informasjon tilgjengelig, noe som igjen bidrar til at politisk-orientert læring ikke kan skje. Eksterne forstyrrelser vil gjerne ikke kunne identifiseres uten læring som angår hvorfor en forstyrrelse eller overtredelse, kan betegnes som nettopp det. Uten læring og forstyrrelser, er det svært varierende perspektiver på sakens innhold. Siden det ikke er etablert informasjon som belyser sakens nyanser, er det ikke nyanser å ta stilling til. Det er synlig gjennom både individuelle refleksjoner, og det helhetlige bildet av varierende perspektiv på samme sak. Tvetydighet er altså til stede i stor grad både på individuelt nivå og blant aktører. Det fremstår som at kombinasjonen av konseptenes tilstedeværelse, enten i form av fravær eller i for høy grad, bidrar til at saken ikke har tidsmessig rekkefølge. Dermed er ikke saken på den politiske agendaen enda, og politisk utvikling er fraværende.

### 6.1.3 Hvordan kan likheter og ulikheter mellom casene forklares?

Det tredje forskningsspørsmålet appellerer til relevante aktører, oppfatning av caser og sentrale faktorer. Relevante aktører for casene er tilsynelatende overlappende, men samtidig er aktørenes perspektiv og posisjon i henhold til casene svært forskjellige. Det mest konkrete skillet går ved en relevant aktør i posisjon, med læring og lav grad av tvetydighet. For

influencerbarna er det også relevante aktører med læring og lav grad av tvetydighet, men ingen aktør i posisjon med politisk makt eller sterk nok innflytelse på agendaen.

Oppfatning av casene divergerer seg basert på informasjonsgrunnlaget. I representantforslaget og proposisjonen som angår endring av markedsføringsloven ved retusjert reklame, fremkommer det hvilken informasjon som er med å forme oppfatning av casene, blant politiske aktører og samfunnet for øvrig. Oppfatning kan kobles til grad av tvetydighet. Dersom saken oppfattes liknende på individuelt nivå og mellom aktører, er tvetydighetens grad lav. Det er tilfellet ved retusjert reklame. For influencerbarna er det svært varierende perspektiver på samfunnsfenomenet. På individuelt nivå er aktører usikre på hvilken tilnærming de skal ha til saken. Blant aktører som har en klar oppfatning av saken, er den klare oppfatningen et stort skille fra andre aktører som har en tvetydig oppfatning. Det kan bety at folkemeningen om saken er tvetydig, og rammer er krevende å etablere.

#### 6.1.4 Hovedfunn i relasjon til problemstilling

Forskjellige utfall av den politiske prosessen innenfor lignende kontekst kan forklares gjennom nøkkelkonseptenes forhold til hverandre. Den tidsmessige rekkefølgen av prosessen er fremtredende. Dersom eksterne forstyrrelser forekommer vil det kunne bidra til å etablere et informasjonsgrunnlag, som igjen kan benyttes som politisk-orientert læring. Gjennom læring reduseres tvetydighet, og folkemeningen kan formes gjennom etablerte perspektiver på en sak. For høy grad av tvetydighet vil igjen kunne forhindre etablering av de andre konseptene i den politiske prosessen. Det vil si at nøkkelkonseptenes forhold til hverandre er svært sentralt for forskningsprosjektets slutninger.

## 6.2 Teoretiske og metodologiske refleksjoner

Teoretiske og metodologiske refleksjoner belyser valg av teori og metode knyttet til studiens slutninger. Nøkkelkonseptenes har vært et grunnlag for forskningsdesignet utforming og det er særlig interessant å se nærmere på hvordan teoretiske konsepters innbyrdes relasjon spiller en sentral rolle for politisk utfall i henhold til konklusjonen.

### 6.2.1 MSF og ACF – et kombinert rammeverk

Studiens teoretiske rammeverk er en kombinasjon av MSF og ACF. Gjennom studiens funn er det synlig at den politiske prosessen kan sees gjennom begge linsene rammeverkene representerer.

Fra MSF blir rammeverkets strømmer tydelig. For retusjert reklame-casen fremkommer det gjennom datagrunnlaget at saken har vært til stede i samfunnet over lang tid. Ved første punkt på casens tidslinje skapes det bevegelse i saksstrømmen. Med eksterne forstyrrelser gjennom informasjon er denne bevegelsen sterk nok til at potensielle koblinger i løsningsstrømmen blir synlig. Folkemeningen endrer seg når det tydeliggjøres hvilken betydning kroppspress har for psykisk helse. Rapporter utformet av blant annet PRBU synliggjør at informasjonen skaper bevegelse i politikkstrømmen. Etter regjeringsskiftet og omdisponering av ressurser er det skapt et politisk vindu hvor kroppspress og reklame, kobles mot markedsføringsloven i løsningsstrømmen. Hvordan elementene som kobles har eksistert i hver sin strøm over tid, understreker rammeverkets perspektiver på at strømmene eksisterer individuelt og parallelt med hverandre. Alle elementene som kobles i det politiske vinduet har eksistert i sin egen strøm over en viss tidsperiode, før de kobles av stortingsrepresentanter gjennom et fremmet forslag.

Den sentrale antagelsen om verdisystemer til aktører i ACF kan identifiseres i studiens funn. Hvilket nivå en sak appellerer til blant de tre nivåene av verdier: dype kjerneverdier, politiske kjerneverdier og sekundære verdier, kan ha en effekt på politisk utvikling. Å endre loven ved å innføre plikt om å merke retusjert reklame appellerer hovedsakelig til sekundære verdier, det er tekniske endringer ved regulering av en enkelt sak. Endring av sekundære verdier vil si at de andre nivåene av verdier ikke nødvendigvis blir påvirket av utfallet. Merking av retusjert reklame omhandler ikke individers grunnleggende perspektiv på omverdenen eller deres politiske ståsted. Å innføre regelverk som angår hvordan foresatte eksponerer egne barn på digitale plattformer, kan gjerne appellere til alle tre nivåene av verdier. Sett fra et perspektiv som angår yringsfrihet og foreldreansvar kan dype kjerneverdier være sentrale. I forbindelse med regulering kan saken appellere til politiske kjerneverdier, for eksempel i hvilken grad staten skal kunne regulere det som foregår innenfor hjemmets fire vegger.

Kombinasjonen av MSF og ACF komplementerer hverandre i forholdet mellom konsepter. Gjennom MSF sitt fokus på tvetydighet og tidsmessig rekkefølge, kan det redegjøres for en oppfatning av saken og dens elementer, mens ACF bidrar med å forklare hvordan ulike aktørers oppfatninger spiller en rolle for sakens utvikling. Det kombinerte rammeverket utfyller dermed et bredere spekter av forklarende faktorer, og samtidig også flere nivåer av en

sak – oppfatning av saken i seg selv, men også aktører og deres oppfatning av saken. Ettersom studiens funn viser at nøkkelkonseptenes forhold til hverandre spiller en sentral rolle for å forklare ulikt politisk utfall i den politiske prosessen, synliggjør slutningene at et bredere spekter av forklarende faktorer, forsterker forklaringsvevnen til dem alle.

#### 6.2.2. Valg av caser og implikasjoner

Studiens forskningsdesign legger til rette for å sammenligne caser som er lignende hverandre for å forklare politisk utfall. Ved retusjert reklame og influencerbarn er det svært mye som fremstår likt knyttet til casenes kontekst. Digital utvikling, sosiale medier, barns rettigheter og markedsføring er sentrale elementer som binder casene sammen. Relevante aktører fremstår også overlappende rent teoretisk, dersom man knytter de nevnte elementene opp mot aktører i samfunnet.

Casestudien er basert på to caser, med fire nøkkelkonsepter som grunnlag for datainnsamling og analyse. For å kunne identifisere de fundamentale forklarende konseptene for et gitt politisk utfall, kreves flere caser enn nøkkelkonsepter. Studien kan identifisere en relasjon mellom konseptene, og opp mot utfallet av den politiske prosessen, men gjennom slutningene kan det ikke argumenteres for at ett konsept er mer nevneverdig i lignende tilfeller enn andre.

I utformingsfasen av studien kunne det fremstå som en MSSD-studie, særlig knyttet til casenes innhold, eksisterende regelverk som kan appellere til sakene og potensielle relevante aktører. Gjennom analysen blir det tydelig at det er svært store forskjeller mellom casene, basert på tilstedeværelsen av nøkkelkonsepter, og i hvilken grad de er til stede. For eksempel er det høy grad av tvetydighet for influencerbarna, men lav grad av tvetydighet ved retusjert reklame. Til tross for at tvetydighet kan identifiseres ved begge caser, er fremtredelsen av konseptet svært forskjellig. Det vil si at faktorene som analyseres for å forklare ulikt politisk utfall er forskjellig, og klargjør at studien ikke kan kategoriseres som en MSSD-studie. MSSD har likevel vist seg å være et nyttig verktøy for å strukturere oppgavens form, særlig i forbindelse med utforming av analysen og datainnsamling.

Influencerbarna-casen er fortsatt i en prosess, ettersom temaet blir debattert med jevne mellomrom. Det er mulig at andre faktorer for utvikling vil bli synlig med tiden, og som ikke lar seg inkludere i denne studien, gitt forskningsprosjektets avgrensning i tid.

### 6.3 Fremtidig forskning

Oppfølgende forskning til denne studien hadde vært interessant, særlig siden influencerbarna ikke har mottatt politisk oppmerksomhet enda. Tatt i betraktning sakens natur og samfunnets digitale utvikling, er det en mulighet for at influencerbarna vil bli en sak på agendaen ved et fremtidig tidspunkt.

En fremtidig studie ville derfor tatt utgangspunkt i å utforske influencerbarna-casen, som per nå ikke har hatt politisk utvikling. Ved å følge saken over lenger tid ville det vært mulig å identifisere om, og eventuelt når, nøkkelkonseptene fremtrer og tidslinjen utformes. Med lenger tid ville det gjerne åpnet seg en mulighet for å inkludere flere perspektiver på saken, ved å kunne engasjere flere informanter fra andre relevante hold. En slik studie ville hatt nytte av flere caser innenfor lignende kontekst, med de samme nøkkelkonseptene som analytisk grunnlag. Ved flere caser og lenger tidsmessighet ville det potensielt sett vært mulig å identifisere hvilke av konseptene som utløser hverandre, hvordan den tidsmessige rekkefølgen etableres, og hvilke nøkkelkonsepter som er fundamentale for å forklare politisk utfall.

Gjennomførelsen av et slikt prosjekt kan basere seg på studiet av politisk utvikling ved tre nivåer. Det første vil kunne bidra til å etablere flere perspektiv på digital utvikling og barns rettigheter, som spiller en stor rolle i nettsamfunn, for eksempel i sosiale medier. Det andre nivået baserer seg på å utforske hvordan barn og unges rettigheter ivaretas som hovedroller i et samfunnsfenomen, særlig tatt i betraktning at barn ikke kan delta aktivt i det politiske samfunnet og debatten. Det tredje nivået angår det bredeste perspektivet, hvor en studie med flere caser kan bidra til å forklare politisk utfall av den politiske prosessen generelt sett, og undersøke hvilke elementer som er sentral for at politisk utvikling og agendasetting skal forekomme.

## Referanser

- Anderson, Monica og Skye Toor. 2018. "How social media users have discussed sexual harassment since #MeToo went viral" *Pew Research Center*.  
<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/10/11/how-social-media-users-have-discussed-sexual-harassment-since-metoo-went-viral/>
- Arbeidsmiljøloven. *Lov om arbeidsmiljø, arbeidstid og stillingsvern mv. av 17. juni 2005 nr. 62* <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2005-06-17-62/kap11#kap11>
- Arnold, Gwen, Ziqiao Chen, Megan Foster, Riley Pudney, Tatyana Ruseva, Saba Siddiki, Abigail York. 2019. "Applying Policy Process Theories to Environmental Governance Research: Themes and New Directions" *Policy Studies Journal*, 47 (1): 566-595. DOI: <https://doi-org.pva.uib.no/10.1111/psj.12317>
- Bandelow, Nils C., Colette S. Vogeler, Johanna Hornung, Johanna Kuhlmann and Sebastian Heidrich. 2017. "Learning as a Necessary but Not Sufficient Condition for Major Health Policy Change: A Qualitative Comparative Analysis Combining ACF and MSF" *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 21 (2): 167-182. DOI: <https://doi.org/10.1080/13876988.2017.1393920>
- Barne- og familiedepartementet. 2019. "Høringsnotat – forslag til endringer i markedsføringsloven - merking av retusjert reklame mv." 02.12.2019. Oslo: Barne- og familiedepartementet, 2019.
- Barne- og familiedepartementet. 2021. "Prop. 134 L (2020-2021) Endringer i markedsføringsloven mv. (merking av retusjert reklame). 09.04.2021. Oslo: Barne- og familiedepartementet, 2021.
- Barnelova. *Lov om barn og foreldre av 8. april 1981 nr. 7*.  
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1981-04-08-7>
- Baumgartner, Frank R., Bryan D. Jones og Peter B. Mortensen. 2018. "Punctuated Equilibrium Theory: Explaining Stability and Change in Public Policymaking" i *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 301-327. New York: Routledge
- Brinkmann, Svend og Steinar Kvale. 2015. *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. California: SAGE.

Christopoulos, Dimitris og Karin Ingold. 2015. "Exceptional or just well connected? Political entrepreneurs and brokers in policy making". *European political science review*, 7 (3): 475-498

Datatilsynet 2015, Personvern i sosiale medier. Hentet fra:

<https://www.datatilsynet.no/personvern-pa-ulike-omrader/internett-og-apper/personvern-i-sosiale-nettsamfunn/> (lest 22.09.21)

Elo, Satu og Helvi Kyngäs. 2008. "The qualitative content analysis process" *Journal of Advanced*, 62: 107-115. DOI: 10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x

Engh, Inga Bejer. 2019. "Privatliv og likes" *Dagsavisen*, 7. mai, 2019.

<https://www.dagsavisen.no/debatt/2019/05/07/privatliv-og-likes/>

Fagutvalget for influencemarkedsføring (FIM) <https://fim.as/> (Hentet 13.06.22)

Feldman, Martha S. 1989. *Order without Design: Information Production and Policymaking*. Stanford, CA: Stanford University Press.

FN Sambandet 2020 "Barnekonvensjonen" Hentet fra: <https://www.fn.no/om-fn/avtaler/menneskerettigheter/barnekonvensjonen>

George, Alexander L. og Andrew Bennet. 2005. *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*. London, Cambridge Massachusetts: MIT Press.

Gerring, John. 2012. "Mere Description". *British Journal of Political Science*, 42 (3): 721-746. DOI: 10.1017/S0007123412000130

Gerring, John. 2017. *Case Study Research: Principles and Practices*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gjelsvik, Kristin. 2021. Instagraminnlegg, tema "Kommersiell utnyttning og eksponering av barn": <https://www.instagram.com/tv/CNiOh5lBjGZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Gjelsvik, Kristin. 2021b. Instagraminnlegg, tema "Kroppspress"  
[https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ0MDIzNDk4NjA1ODY2?story\\_media\\_id=2582034140241572463\\_27065071&igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ0MDIzNDk4NjA1ODY2?story_media_id=2582034140241572463_27065071&igshid=YmMyMTA2M2Y=)

Grunnloven. *Kongeriket Norges Grunnlov av 17. mai 1814*.

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1814-05-17>

Grønmo, Sigmund. 2004. *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Vigmostad & Bjørke AS

Grønvold, Sara Eline og Morten Hendis. 2015. *Barn og personvern*. Oslo: Kommuneforlaget AS

- Hall, Peter A. 1993. "Policy Paradigms, Social Learning, and the State: The Case of Economic Policymaking in Britain" *Comparative Politics* 25 (3): 275-296
- Hall, Peter A. og Rosemary C. R. Taylor. 1996. "Political Science and the Three New Institutionalisms". *Political Studies* 1996-12, 44 (5): 936-957.
- Heggen, Øystein 2020. "Frankrike: Barne-influensere skal beskyttes fra sine foreldre" *NRK*. Publisert 16.10.21. Hentet fra: [https://www.nrk.no/urix/frankrike\\_-barne-influensere-skal-beskyttes-fra-sine-foreldre-1.15198578](https://www.nrk.no/urix/frankrike_-barne-influensere-skal-beskyttes-fra-sine-foreldre-1.15198578).
- Hegseth, Morten. 2018. "Morten Hegseth: Kritiserer bloggere for baby-spons" *VG*, 27. oktober, 2018. <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/m62E5v/morten-hegseth-kritiserer-bloggere-for-baby-spons>
- Heikkila, Tanya og Paul Cairney. 2018. "Comparison of Theories of the Policy Process" i *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 301-327. New York: Routledge
- Herweg, Nicole, Nikolas Zahariadis og Reimut Zohlnhöfer. 2018. "The Multiple Streams Framework: Foundations, Refinements, and Empirical Applications". I *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 17-53. New York: Routledge
- Howlett, Michael. 1998. "Predictable and Unpredictable Policy Windows: Institutional and Exogenous Correlates of Canadian Federal Agenda-Setting" *Canadian Journal of Political Science*, 31 (3): 495-524. DOI: 10.1017/S0008423900009100
- Hsieh, Hsiu-Fang og Sarah E. Shannon. 2005. "Three Approaches to Qualitative Content Analysis" *Qualitative Health Research*, 15 (9): 1277-1288. DOI: 10.1177/1049732305276687
- Jenkins-Smith, Hank C., Daniel Nohrstedt, Christopher M. Weible og Karin Ingold. 2018. "The Advocacy Coalition Framework: An Overview of the Research Program" i *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 135-171. New York: Routledge
- Kingdon, John W. 2003. *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. New York: Longman
- Kjelland-Mørdre, Ingrid, Sophie Lorch-Falch, Line Tomter, Camilla Wernersen. 2020. "Støre og Solberg uenige om Twitter-sletting av Trump" *NRK*. Hentet fra: <https://www.nrk.no/urix/store-kritisk-til-at-twitter-sletter-trump-1.15320122>. (lest 20.10.21)



- Kjelstadli, Knut. 1999. *Fortida er ikke kva den en gang var*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Kleven, Thor Arnfinn. 2008. "Validity and validation in qualitative and quantitative research" *Nordic Studies in Education*. 28 (3): 219-233. DOI: <https://doi.org/10.18261/ISSN1891-5949-2008-03-05>
- Knill, Christoph og Jale Tosun. 2020. *Public Policy*. London: Macmillan International
- Landman, Todd. 2000. *Issues and Methods in Comparative Politics*. London: Routledge
- Lasswell, Harold D. 1956. "The Political Science of Science: An Inquiry into the Possible Reconciliation of Mastery and Freedom". *The American Political Science Review* 1956-12, 50 (4): 961-979.
- Leirfall, Ingvild Eide. 2020. "Ny lov i Frankrike for å verne influensarar under 16 år frå foreldra" *Framtida*, 21. Oktober 2020. <https://framtida.no/2020/10/16/ny-influencer-lov-i-frankrike>
- Lindblom, Charles E. 1959. "The Science of "Muddling Through" *Communication Law and Policy*. 2020-10, 25 (4): 451-455.
- Lindmo. 2020. "14.02.2020" <https://tv.nrk.no/serie/lindmo/2020/MUHU06000620>
- Lipset, Seymour M. og Stein Rokkan. 1967. *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*. New York: The Free Press
- Lowndes, Vivien, David Marsh og Gerry Stoker. 2018. "Introduction". I *Theory and Methods in Political Science*, redigert av Vivien Lowndes, David Marsh & Gerry Stoker, 1-13. London: Palgrave
- Mahoney, James og Gary Goertz. 2006. "A Tale of Two Cultures: Contrasting Quantitative and Qualitative Research" *Political Analysis*. 14 (3): 227-249. DOI: 10.1093/pan/mpj017
- Markedsføringsloven. *Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. av 9. januar 2009 nr. 2* Hentet fra: [https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-01-09-2#KAPITTEL\\_4](https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-01-09-2#KAPITTEL_4), (lest 20.10.21)
- Mediebedriftene. 2019. «Ny selvreguleringsordning for influencemarkedsføring» *Mediebedriftene*, publisert 23. september 2019. <https://www.mediebedriftene.no/artikler/2019/ny-selvreguleringsordning-for-influencemarkedsforing/>

- Meijerink, S.V. 2005. "Understanding policy stability and change. The interplay of advocacy coalitions and epistemic communities, windows of opportunity, and Dutch coastal flooding policy 1945-2003". *Journal of European public policy*, 12 (6): 1060-1077
- Mettler, Suzanne og Mallory SoRelle. 2018. "Policy Feedback Theory" i *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 301-327. New York: Routledge
- Montpetit, Éric og Erick Lachapelle. 2017. "Policy Learning, motivated Scepticism, and the politics of Shale gas Development i British Columbia and Quebec." *Policy and society*, 36 (2): 195-215.
- Newth, Magnus og Maiken Svendsen. 2016. "Blogging er big business: "Mamma til Michelle" tredoblet lønnen" *VG*, 14. oktober 2016, <https://www.vg.no/rampelys/i/d3Pyq/blogging-er-big-business-mamma-til-michelle-tredoblet-loennen>
- Rohlfing, Ingo. 2012. *Case Studies and Casual Inference: An Integrative Framework*. London: Palgrave Macmillan.
- Sabatier, Paul A. og Christopher M. Weible. 2007. "The Advocacy Coalition Framework: Innovations and Clarifications" *Theories of The Policy Process*, redigert av Paul A. Sabatier, 189-220. Colorado: Westview Press
- Sartori, Giovanni. 1991. "Comparing and Miscomparing" *Journal of Theoretical Politics*, 3 (3): 243-257
- Schlager, Edella og Michael Cox. 2018. "The IAS Framework and the SES Framework: An Introduction and Assessment of the Ostrom Workshop Frameworks". I *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 215-252. New York: Routledge
- Schmidt, Vivien A. 2010. "Taking ideas and discourse seriously: explaining change through discursive institutionalism as the fourth 'new institutionalism'. *European Political Science Review*, 2 (1): 1-25
- Schneider, M., P. Teske and M. Mintrom. 1995. *"Public Entrepreneurs: Agents of Change in American Government"* Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Shanahan, Elizabeth A., Michael D. Jones, Mark K. McBeth og Claudio M. Radaelli. 2018. "The Narrative Policy Framework" i *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 301-327. New York: Routledge

- Shipman, George A. 1959. "The Policy Process: An Emerging Perspective". *The Western Political Quarterly*, 1959-06, 12 (2): 535-547.
- Simon, Herbert. 1996. *The Sciences of the Artificial*. Cambridge: MIT Press
- Stokes Berry, Frances og William D. Berry. 2018. "Innovation and Diffusion Models in Policy Research" i *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 301-327. New York: Routledge
- Stortinget. 2018. Representantforslag 187S om kroppspress og reklameindustrien. 5. april 2018. <https://www.stortinget.no/nn/Saker-og-publikasjoner/publikasjoner/Representantframlegg/2017-2018/dok8-201718-187s/>
- Stortinget. 2021. Vedtak til lov om endringer i markedsføringsloven mv. (merking av retusjert reklame), 2. juni 2021. <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Vedtak/Beslutninger/Lovvedtak/2020-2021/vedtak-202021-146/?all=true>
- Toshkov, Dimitri. 2018. "Research Design". I *Theory and Methods in Political Science*, redigert av Vivien Lowndes, David Marsh & Gerry Stoker, 219-236. London: Palgrave
- Unicef. 2020. "Stop Sharenting" <https://www.unicef.no/nyheter/barns-rettigheter/6-tips-til-foreldre-om-delning-av-barnebilder>
- Van Thiel, Sandra. 2007. *Research Methods in Public Administration and Public Management*. London, New York: Routledge.
- Vromen, Ariadne. 2018. "Qualitative Methods" I *Theory and Methods in Political Science*, redigert av Vivien Lowndes, David Marsh & Gerry Stoker, 237-253. London: Palgrave
- Walsh, Shelley. 2021a. "The Top 10 Social Media Sites & Platforms 2021" *Search Engine Journal*. Hentet fra: <https://www.searchenginejournal.com/social-media/biggest-social-media-sites/#close> (lest 20.10.21)
- Walsh, Shelley. 2021b. "52 Instagram Statistics and Facts for 2021" *Search Engine Journal*. Hentet fra: <https://www.searchenginejournal.com/instagram-facts/314439/#close> (lest 20.10.21)
- Weible, Christopher M. 2018. "Introduction: The Scope and Focus of Policy Process Research and Theory" i *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 1-13. New York: Routledge
- Weick, Karl E. 1979. *The Social Psychology of Organizing*. 2. utgave. New York: Random House.

Yin, Robert K. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*.  
California: SAGE.

Zahariadis, Nikolas. 2007. "The Multiple Streams Framework: Structure, Limitations,  
Prospects" *i Theories of the Policy Process*, redigert av Paul A. Sabatier, 65-92.

# Appendiks

## Vedlegg 1: Intervjuguide

1. Hvordan vil du forklare prosessen som førte til endring i markedsføringsloven som krever merking av retusjert reklame?
2. Hva var din posisjon i løpet av denne prosessen?
3. Hvorfor er denne loven viktig?
4. Hvordan vil du definere fenomenet omhandler barn som deltakere på sosiale medierkanaler og innlegg forbundet med reklame?
5. Har det vært noe endring i hvordan barna deltar på profesjonelle instagramkontoer?
6. Hvordan anser du rollen til barna som deltar på kontoene, for eksempel ved å delta på bilder som er knyttet til markedsføring?
7. Hvilke lover og regler oppfatter du at gjelder for barns deltakelse i influencere sine kanaler?
8. Hvem anser du som ansvarlig for å etterfølge at regelverket innenfor denne bransjen blir fulgt?
9. Hvilket offentlig kontrollorgan tror du etterfølger om barnas deltakelse er innenfor rammer som ivaretar lovverket som gjelder barnas beste i samfunnet?
10. Hva tror du er årsaken til at retusjeringslov er prioritert, mens regulering av barns deltakelse på profesjonelle instagramkontoer ikke er en del av den politiske agendaen?
11. Hva tror du skal til for at regulering eller lover blir en del av rammene for eksponering av barn i kommersielle sammenhenger på Instagram?



## Vedlegg 2: Informasjonsskriv NSD

### **Vil du delta i forskningsprosjektet: Policyutvikling innenfor sosiale medier**

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke nærmere policyutvikling innenfor sosiale medier, og hva som gjør at ulike saker prioriteres på den politiske agendaen. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### Formål

Studien er en masteroppgave som baseres på å undersøke policyutvikling innenfor to ulike caser som tilhører konteksten sosiale medier. Agendasetting er den delen av policyutvikling som er aktuell for studien, da jeg skal se nærmere på hva som gjør at én sak kommer på agendaen, mens en annen ikke blir prioritert. De to casene som jeg tar utgangspunkt i er endring i markedsføringsloven, merking av retusjert reklame, og manglende utvikling av regelverk angående influencerbarn sine rettigheter knyttet til deltakelse i en influencerbedrift. For å samle data til prosjektet ønsker jeg å benytte meg av kvalitative dybdeintervju, hvor jeg skal intervju relevante aktører innenfor de to casene, både beslutningstakere innenfor offentlig sektor, meningsbærere og aktører i interesseorganisasjoner, og private aktører i markedet det gjelder.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Institutt for Administrasjon- og organisasjonsvitenskap ved Universitetet i Bergen er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Det er trukket et strategisk utvalg hvor informantene er å anse som relevante aktører innenfor fenomenet. Rundt 15 personer vil motta en henvendelse om å delta.

Aktørene vil befinne seg innenfor følgende områder:

- Offentlig ansatte med beslutningsmyndighet i nåværende eller tidligere regjeringsperiode, eksempelvis statsråder, statssekretærer, ombud eller tilsyn
- Aktører innenfor markedet, influencere og ansatte i influencerbyrå
- Uttalt samfunnsdebattanter innenfor fenomenet
- Aktører innenfor interesseorganisasjoner som kan kobles til fenomenet

Kontaktinformasjonen som brukes vil være ved den offentlig annonserte kontaktinformasjonen til den aktuelle informanten.

Hva innebærer det for deg å delta?

Jeg vil benytte meg av intervju med åpne spørsmål som metode for studien. Målet er å oppnå en dypere forståelse for policyutvikling og agendasetting i det offentlige ordskriftet, ved å bruke to saker innenfor samme kontekst som kan belyse hvordan en sak blir prioritert over en annen.

Opplysningene som innsamles vil være personlige refleksjoner og erfaringer knyttet til temaet som kan gi en dypere forståelse for fenomenet. Intervjuet vil bli tatt opp på lydopptaker som eies av Universitetet i Bergen, og alle informanter anonymiseres før informasjonen benyttes i studien.

Spørsmål som er aktuelle for intervjuet kan være lignende:

“Hvordan vil du forklare prosessen som førte til endring i markedsføringsloven som krever merking av retusjert reklame?” eller “Hvilke lover og regler oppfatter du at gjelder for barns deltakelse i influencere sine kanaler?”.

Intervjuet i sin helhet vil ta rundt én time.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Tilgang til informasjon om dine opplysninger vil være institutt for Administrasjon- og organisasjonsvitenskap, UiB, ved masterstudent Amalie Raa samt førsteamanuensis og veileder Martina Vukasovic.

Deltakerne vil ikke kunne gjenkjennes ved navn i publikasjon av masteroppgaven.

Datamaterialet vil lagres på forskningsserver og slettes når forskningsarbeidet er gjennomført.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er 01.06.2022. Personopplysninger og lydopptak vil da bli slettet.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Institutt for Administrasjon- og organisasjonsvitenskap ved Universitetet i Bergen har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

Institutt for Administrasjon- og organisasjonsvitenskap ved Universitetet i Bergen, ved Amalie Raa, [amalie.raa@student.uib.no](mailto:amalie.raa@student.uib.no) eller veileder Martina Vukasovic, [martina.vukasovic@uib.no](mailto:martina.vukasovic@uib.no).

Vårt personvernombud: Janecke Helene Veim. E-post: [janecke.veim@uib.no](mailto:janecke.veim@uib.no)

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

· NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost ([personverntjenester@nsd.no](mailto:personverntjenester@nsd.no)) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Martina Vukasovic  
(Forsker/veileder)

Amalie Raa

---

-----  
-----  
Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet [sett inn tittel], og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

.. å delta i intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)