



UNIVERSITETET I BERGEN

**Undersøkende journalistikk i sosiale medier;
Hensyn og ansvar for barn**

Erica Hvedding Kronheim

UJO350

Masteroppgave i undersøkende journalistikk

Det samfunnsvitenskapelige fakultet

Universitetet i Bergen

Våren 2023

Veileder: Lars Arve Røssland

Dette selvstendige arbeidet er gjennomført som ledd i masterstudiet i undersøkende journalistikk ved Universitetet i Bergen. Universitetet i Bergen eller sensorer er derimot ikke ansvarlige for de metoder som er anvendt, resultater som er kommet frem, eller konklusjoner som er trukket i arbeidet.

INNHOLDSFORTEGNELSE:

Sammendrag

Forord

1.0 Innledning.....	s.5-10
1.1 Problemstilling.....	s.7
1.2 Begrepsavklaringer	s.8-10
1.3 Oppgavens struktur.....	s.10
2.0 Bakgrunn	s.11-20
2.1 Snapchats utbredelse.....	s.12
2.2 Redaktørstyrte mediers utvikling mot sosiale medier.....	s.12
2.3 Snapchat som plattform for undersøkende journalistikk.....	s.13-19
2.4 Sosiale medier: En helt ny konkurransearena	s.19-20
3.0 Metode	s.21--29
3.1 Kvalitativ metode og kvalitativt intervju.....	s.21-24
3.1.1 Forutsetninger og etiske hensyn ved kvalitativt intervju	s.21
3.1.2 Semistrukturert intervju	s.22
3.1.3 Redegjørelse for intervjuobjekter og materie	s.23-24
3.2 Tematisk analyse	s.25-29
3.2.1 Utvalg, innsamling og lagring	s.25
3.2.2 Analyseprosessen steg for steg	s.25-27
3.3 Refleksjon av metodevalg	s.27-29
4.0 Teori	s.30-48
4.1 Vær Varsom-plakaten.....	s.31-34
4.1.1 Vær Varsom-plakaten og hensyn til barn	s.31-32
4.1.2 Pressens samfunnsrolle	s.34
4.2 Hva barn bør og ikke bør vite	s.34-40
4.2.1 Barnekonvensjonen	s.35
4.2.2 Vannskilleloven	s.35-36
4.2.3 Teknologiske sperringer	s.36-37
4.2.4 Den norske skolen og foreldre.....	s.37-38
4.2.5 God informasjon og konstruktiv journalistikk	s.38-40
4.3 Krigen om oppmerksomhet	s.40-44
4.3.1 Konsentrasjonsevne	s.40-41

4.3.2	Bombardement av inntrykk	s.41-44
4.4	Mediers insentiv for å være på sosiale medier	s.45-49
4.4.1	Økonomiske insentiv og merkevarebygging.....	s.45
4.4.2	Demokratibyggning og motvekt til falske nyheter.....	s.45-48
4.4.3	Sosiale mediers makt	s.49
5.0	Analyse	s.49-78
5.1	Tematisk analyse	s.49-75
5.2	Diskusjon	s.76-83
5.3	Oppgavens begrensninger	s.84
6.0	Konklusjon	s.85-86
7.0	Litteraturliste	s.87-94
Vedlegg 1: Intervjuguide – Barneskolerektoren og ungdomsskoleavdelingslederen		
Vedlegg 2: Intervjuguide - Medietilsynet Nina Bjerke		
Vedlegg 3: Intervjuguide - Professor Svein Harald Brurås		
Vedlegg 4: Intervjuguide – VG Jørgensen, NRK Kristiansen og NRK McGregor		
Vedlegg 5: Intervjuguide - Menneskerettsjurist Hanne Sophie Greve		
Vedlegg 6: Intervjuguide – Krisepsykolog Atle Dyregrov		
Vedlegg 7: Intervjuguide – Elevene		
Vedlegg 8: Intervjuguide – Psykolog Trond Haukedal		
Vedlegg 9: Intervjuguide – PFU-medlem Gunnar Kagge		
Vedlegg 10: Intervjuguide – Aftenposten Junior Marit Midtstigen		
Vedlegg 11: Intervjuguide – Fotokrigsjournalist Pål Sørum Schaathun		
Vedlegg 12: Intervjuguide – Barnevakten – Daglig leder Leif Gunnar Vik		

SAMMENDRAG

Denne kvalitative oppgaven har som mål å undersøke i hvilken grad redaktørstyrte medier, i henhold til Vær Varsom-plakaten, tar hensyn til hvordan mindreårige kan bli påvirket ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier og hvilket ansvar de bør ta.

For å kunne belyse oppgavens problemstilling, har det blitt gjort semistrukturerte intervjuer av 26 personer, etterfulgt av en tematisk analyse. Disse omfatter tolv elever i 9.trinn, en avdelingsleder på en ungdomsskole, en barneskolerektor, organisasjonen Barnevakten, Medietilsynet, menneskerettsjurist Hanne Sophie Greve, krisepsykolog Atle Dyregrov, psykolog Trond Edvard Haukedal, professor Svein Brurås, TV 2s krigsfotojournalist Pål Sørum Schaathun, PFU-medlem Gunnar Kagge, Aftenposten Junior redaktør Marit Midtstigen, rådgiver for sosiale medier i NRK; Laurie MacGregor, leder for digital utvikling i NRK; Reidar Kristiansen og leder for sosiale medier i VG; Mathias Jørgensen.

Barnekonvensjonen vil være sentral i oppgaven ettersom den belyser viktige, men kanskje motstridende rettigheter for barn: Rett til informasjon om verden, men også til beskyttelse mot skadelig informasjon.

Gjennom de semistrukturerte intervjuene kommer det frem motstridende meninger om hvilket hensyn redaktørstyrte medier tar, og hvilket ansvar de bør ta i henhold til barn. Sentralt er uenighet om hva som er skadelig informasjon for barn og hvor ansvaret ligger for barns medieeksponering. Ingen tidligere generasjoner har hatt så stor tilgang på informasjon om verden, hvor mediedekningen kan fremstå som tettere og mer intens enn noen gang tidligere. Det kan fremstå som at kunnskap om og bevisstgjøring rundt konsekvensene av en slik medieeksponering som kan inneha sterke inntrykk, er manglende. De eksakte følgene av dette vil forhåpentligvis fremtidig forskning vise, men denne oppgaven vil gi et innblikk som om mulig kan være til fordel for både barn og redaktørstyrte medier.

FORORD

Jeg vil takke min veileder, Lars Arve Røssland, for tålmodighet, kunnskap og gode, konstruktive innspill.

Jeg vil også rette en stor takk til alle som har medvirket til at denne oppgaven ble en realitet; Tusen takk til intervjuobjekter for tid og åpenhet, og takk til venner og familie for støtte.

Bergen, våren 2023

Erica Hvedding Kronheim

1.0 INNLEDNING

Ett av mine klareste minner fra barndommen er fra 11.september 2001. Jeg var syv år og så på barnekanalen Cartoon Network, da min far stormet inn i stuen og forlanget å få fjernkontrollen. Jeg ga den motvillig fra meg og så min far slå over til TV 2 sin ekstrasending. Jeg ble målløs. Bildene som rullet over skjermen, var det mest dramatiske jeg noen gang hadde sett og brant seg fast i netthinnen. Jeg har aldri glemt dem.

Det var tydelig at også nyhetsanker Siri Lill Mannes hadde vanskeligheter med å begripe hva hun så: Ett fly fløy rett inn i skyskraperen World Trade Center. Deretter styrtet ett fly til i skyskraper nummer to. Begge var 110 etasjer høye, men flere valgte nå å hoppe. Det var absurd, hvilket en sjokkert Mannes satte ord på: «Det ser ut som om de kaster kaffekopper ut av vinduet».

«Pappa, kommer de som hopper til å dø?» spurte jeg. «Nei da, Erica. Brannvesenet har sikkert satt frem trampoliner, eller har store tepper å ta dem imot med» svarte min far. Men selv jeg som syvåring forstod at det var ønsketenkning. De kom til å dø.

Jeg fortsatte å pepre både min mor og far med spørsmål: «Hvem gjorde dette? Hvorfor gjorde de det? Hva var det egentlig som hadde skjedd? Hvor mange døde og hvem? Hadde noen barn blitt drept også? Hvordan kunne dette skje? Hadde ikke USA politi som kunne ha hindret det? Kunne dette skje i Norge også?» Mine foreldre kunne ikke svare på alt, men så var det gjerne ikke alt en syvåring burde vite heller.

Det har vært atskillige undersøkende journalistiske prosjekter om terroren 11.september 2001. Prosjekter som har hjulpet verden til å forstå hva som skjedde, slik undersøkende journalistikk har til formål å gjøre. Med tiden har gjerne bildene og beskrivelsene fra terroren mistet sin sjokk- og skrekkeffekt. Det er tenkelig at også journalister som arbeider over tid med samme sakskompleks eller tematikk, kan bli nummen overfor det de skildrer. For dem som vokser opp i dag og lærer om terrorangrepet, vil derimot trolig bilder fra 11.september virke både sjokkerende og skremmende.

Jeg begynte som journalist i Bergensavisen (BA) da jeg var selv var et barn, i en alder av 14 år. Jeg ville skrive om og for barn, og intervjuet over 4000 barn i løpet av mine 14 år i avisen. Jeg tok også en bachelor i psykologi ved City University of London, med formål om å bedre forstå dem vi som journalister skriver for og om, både barn og voksne. Som journalist mener

jeg det er viktig å ha i mente at barn er mer påvirkelige; De besitter ikke de samme kognitive ferdighetene som voksne til å forstå og rasjonalisere. Barnekonvensjonen slår fast at barn har rett til informasjon om verden de lever i, men skal også skjermes fra skadelig innhold. Slik jeg ser det har vi journalister en plikt til å forklare barn om verden, men uten å unødig skremme, eller overdramatisere. Dette er også rettigheter Norge ved undertegnelse av FN's barnekonvensjon i 1990, har forpliktet seg til: Barn har rett på informasjon om verden, men skal beskyttes mot skadelig informasjon (Barnekonvensjonen, 1990).

Men i en tid hvor journalistikken i stor grad påvirkes av antall klikk og økonomiske interesser, kan det være et utfordrende løfte å holde. Særlig på sosiale medier, hvor pressen møter en ny og mer krevende konkurranse om oppmerksomhet; Blant meldinger fra venner og innhold fra andre kommersielle aktører og profiler.

I en tid med stor geopolitisk uro som nå i 2023, eksponeres også både dem som skaper medieinnhold og dem som er mottakere av det for stadig sterkere inntrykk, noe som kan herde. Det kan igjen påvirke krigen om oppmerksomhet og trangen etter å overgå gårsdagens nyheter. For noen blir kanskje svaret sterkere språk og bildebruk.

Verdens Gang (VG) var lenge alene om å publisere norske nyheter på sosiale medier, men de siste fem årene har flere redaktørstyrte medier tatt i bruk sosiale medier i forsøk på å nå de unge «der de er». Flere medier satser også mer i jakten på unge lesere, ved blant annet etablering av egne redaksjoner for å lage journalistikk tilpasset sosiale medier og de unge. Med bakgrunn fra både psykologi og journalistikk finner jeg det forunderlig hvordan det tilsynelatende ikke er et klart presseetisk regelverk for den redaktørstyrte pressen, når det gjelder publisering mot et yngre publikum på sosiale medier. Dette særlig når det kan argumenteres for at redaktørstyrte medier i større grad er ute etter unges oppmerksomhet på «deres» egne arenaer. Uten felles retningslinjer for pressen, er det tenkelig at det da varierer stort fra mediehus til mediehus og fra journalist til journalist, i hvilken grad det tas hensyn til hvordan journalistikken kan påvirke de mindreårige. Dette ønsker jeg å undersøke grundig.

Det har lenge vært bevissthet rundt hvordan innhold fra redaktørstyrte medier kan påvirke barn. På tidlig 2000-tallet kjempet organisasjonen Barnevakten frem den såkalte vannskilleloven, nedfelt i kringkastingsloven §2-6. Den skulle sørge for at sterkt innhold først ble kringkastet sent på kvelden, slik at barn skulle skjermes. Selv om kringkastere som NRK og TV 2 fremdeles juridisk må forholde seg til lovens begrensninger i sine TV-sendinger, viser blant annet Barnevakten til at vannskilleloven nå utfordres av den tilgjengeligheten

sosiale medier og strømmetjenester bidrar til (Vik, 2022). Det får meg til å undre hva som hadde skjedd om terroren 11.september 2001 hendte i dag; Hvilke bilder og skildringer redaktørstyrte medier da ikke bare hadde sendt på TV, og hvordan innhold hadde variert etter klokkeslett, men hvilket innhold som hadde blitt distribuert til alle nettaviser og kanaler på sosiale medier. Svært mange barn har i dag tilgang på egen telefon med sosiale medier. For dem hadde det gjerne blitt uunngåelig å bli eksponert for det som muligens hadde blitt et bombardement av sterke inntrykk fra flere hold.

Da jeg var syv år fantes kun to plattformer for redaktørstyrte medier å nå ut på: Papiravis og TV. Mediene gjorde også enten eller. Ikke som i dag hvor en og samme aktør, som for eksempel TV 2 og NRK, har distribusjon gjennom nettavis, TV og sosiale medier. Tilsvarende har det som tidligere kun var papiraviser, som VG, nå distribusjon i form av bilder, video og tekst gjennom papiravis, nettavis og sosiale medier. I 2001 satt jeg foran TV-en sammen med mine foreldre. De så det samme som meg, og visste hva jeg hadde blitt eksponert for. De kunne dermed se hvordan jeg reagerte, og forklare meg det de mente var forsvarlig at et barn skulle vite. I 2023 har foreldre langt mindre kontroll over hva barna eksponeres for av informasjon, enn det mine foreldre hadde. Ingen tidligere generasjoner har hatt tilgang på så mye ufiltrert informasjon som barn som vokser opp i dag, og blir eksponert for sterke inntrykk i så mange kanaler. Sosiale medier er særlig interessant fordi barn og unge her gjerne ikke like bevisst og aktivt oppsøker nyheter, sammenlignet med det å kjøpe en papiravis eller slå på en nyhetssending på TV. På sosiale medier møter barn nyheter i form av at redaktørstyrte medier forsøker å engasjere dem.

1.1 Problemstilling

Med tanke på den utviklingen redaktørstyrte medier har hatt, blir oppgavens overordnede mål å undersøke hvilke presseetiske hensyn Vær Varsom-plakaten (VVP) legger ned med tanke på hvordan sterke inntrykk i journalistikken kan påvirke barn. Videre vil oppgaven forsøke å redegjøre for hvilke typer journalistikk og inntrykk som forskning mener kan ha uheldig eller heldig påvirkning på barn. I tillegg vil oppgaven belyse hvordan sentrale aktører forsøker å få pressen til å erkjenne et ansvar for hvordan deres journalistikk kan påvirke barn, og følgelig vise hensyn overfor mindreårige. Dette blant annet gjennom lovverk, reguleringer og henvisning til forskning. Oppgavens problemstilling er dermed:

I henhold til Vær Varsom-plakaten: I hvilken grad tar redaktørstyrte medier hensyn til hvordan mindreårige kan bli påvirket ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier, og hvilket ansvar bør redaktørstyrte medier ta?

Jeg vil besvare oppgaven primært med et presseetisk og psykologisk perspektiv. Det er eksempler som denne oppgaven vil redegjøre for i kapitlene om teori, analyse og diskusjon, hvor VVP henviser til det juridiske lovverket. I andre tilfeller kan VVP se ut til å ikke forholde seg eller til og med kollidere med juridisk lovverk. Jeg vil derfor også belyse relevant jus og sette oppgaven i en menneskerettslig kontekst.

For å gjøre oppgavens problemstilling mer håndterlig vil jeg primært sette søkelys på Snapchat, da Snapchat er ett av de mest populære sosiale mediene for barn og unge. I tillegg har Snapchat, etter min mening, i større grad enn andre sosiale medier lagt til rette for publisering av redaksjonelt innhold. Eksempelvis ved Snapchat Discover. Jeg vil bruke VG sitt prisvinnende prosjekt fra 2021 «Dukkemannen», som et utgangspunkt for å illustrere hvordan undersøkende prosjekt har blitt presentert på Snapchat og hvordan en slik fremstilling kan påvirke barn. Oppgaven vil derimot ikke være sentrert rundt «Dukkemannen».

1.2 Begrepsavklaringer

Vær Varsom-plakaten (VVP) utgjør kjernen for norsk presseetikk. Presseetikk blir av Svein Brurås beskrevet som et sett praktiske handlingsregler for journalister, etablert for å unngå at journalistikken skal skade andre, men også for å heve journalisters troverdighet og status (Brurås, 2010, s. 92). De etiske retningslinjer og forpliktelser som er nedfelt i VVP, håndheves av pressens eget nasjonale organ: Pressens Faglige Utvalg (PFU). Jeg vil gjøre en mer grundig redegjørelse av VVP i oppgavens kapittel fire: teori.

Redaktørstyrte medier er et nytt begrep. For bare få år siden, før bloggere og sosiale medier, var det vanskelig å forestille seg at det fantes annet. Begrepet brukes blant annet for å skille mellom utgivere som enten følger eller ikke følger presseetiske retningslinjer og forpliktelser som VVP, Redaktørplakaten og Lov om redaksjonell uavhengighet og ansvar i redaktørstyrte medier (medieansvarsloven). Medieansvarsloven er også med å tydeliggjøre hva

redaktørstyrte medier er, og hvilket ansvar de har. Det fremgår av medieansvarsloven at «redaktørstyrte medier er medier som har en fysisk person som treffer avgjørelse om innholdet i medier eller om del av dette, samt at mediets redaksjonelle innhold publiseres under redaktørens ledelse og kontroll», jamfør medieansvarsloven §3. Med andre ord skal mottakere av informasjon fra redaktørstyrte medier kunne forvente en profesjonalitet og aktpågivenhet.

Hensyn vil i denne oppgaven vise til retningslinjer som redaktørstyrt presse må forholde seg til i lys av VVP. Selve ordet hensyn kan forklares med synonymene omtanke og aktpågivenhet. I juridiske sammenhenger blir reelle hensyn definert som juridiske argumenter som brukes for å komme frem til en best mulig løsning på et rettsspørsmål (Lione, 2023). Tilsvarende må redaktører og journalister vurdere hva som er rett eller galt å publisere, noe som VVP gir retningslinjer for. Presseetikk skiller seg fra jus ved at brudd ikke alene fører til rettsvirkninger i form av straff eller sanksjoner. Derimot kan brudd på VVP klages inn til PFU, som kan føre til at en kritisk uttalelse av redaksjonen må publiseres av redaksjonen selv (Norsk Presseforbund, 2023). Dette vil i større grad beskrives i oppgaven kapittel fire: teori.

Ansvar er en forpliktelse til å stå til rette for, gjøre rede for eller bære utgiftene for noe. Moralsk ansvar innebærer forpliktelsen til å forsvare eller rettferdiggjøre handlinger under henvisning til en moralsk norm, regel eller autoritet (Sagdahl, 2021). I denne oppgaven vil moralsk ansvar diskuteres ut fra VVP og relevant forskning. Ett av oppgavens mål er å undersøke om redaktørstyrte medier har et moralsk ansvar for hvordan mindreårige kan påvirkes, ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier. Dermed er også jus som kringkastingsloven og barnekonvensjonen relevant. Mer om dette i kapittel fire: teori.

Undersøkende journalistikk er det flere definisjoner på hva er og ikke er, men i denne oppgaven vil jeg anvende definisjonen gitt av psykolog og journalist Finn Sjøe:

«En uavhengig, systematisk og kritisk undersøkelse og analyse som journalisten gjennomfører på eget initiativ for å publisere opplysninger og sammenhenger som er av samfunnsmessig interesse og som ellers ikke vill ha blitt kjent.» (Sjøe, 2011, s. 22):

Jeg mener Sjøe sin definisjon er såpass vid at den gir rom for en bred tolkning. Jeg mener at det er svært mye av journalistikken i dag som er gjennomført på journalistens eget initiativ, med formål om å publisere informasjon som ellers ikke ville ha blitt kjent. Derfor vil denne oppgaven vise til både et stort graveprosjekt som VGs «Dukkemannen», samt til bilder som Kevin Carters dekning av hungersnøden i Sudan på 1990-tallet og Nilufer Demirs bilde av tre år gamle Alan Kurdi som druknet og ble skylt i land i Tyrkia i 2015.

Mindreårige vil som begrep i denne oppgaven følge norsk rettspraksis; Personer som ikke har fylt 18 år omtales som mindreårige, jf. vergemålsloven §8. Synonymt brukes også barn.

1.3 Oppgavens struktur

Denne oppgaven består av seks deler. I første kapittel har jeg tatt for meg tema, problemstilling og begrepsavklaringer. I andre kapittel gir jeg bakgrunn for problemstillingen. I kapittel tre redegjør jeg for oppgavens metodiske fremgangsmåte og hvilke metodiske valg jeg har tatt for å kunne svare på oppgaven best mulig. I fjerde kapittel presenterer jeg teori som er relevant for å kunne belyse oppgavens problemstilling. I femte kapittel drøfter jeg oppgavens problemstilling knyttet til teori og innsamlet empiri. Avslutningsvis vil jeg i kapittel seks trekke konkluderende merknader og forsøke å svare på oppgavens problemstilling.

2.0 BAKGRUNN

«I første del av det 20. århundret var barndom ansett for å være en tid for uskyld og isolasjon. En tid for barn å bli skånet fra de vemmelige realitetene ved voksenlivet. Ikke bare var barn kledd annerledes enn voksne, men også språkbruken var separat. Enkelte ord og emner som fødsel, død, sex og penger, ble ansett å være upassende for barns ører. De siste tretti årene har man sett en bemerkelsesverdig endring i hvordan man anser barn og deres rolle. Barndom som en beskyttet og skånet periode i livet har forsvunnet. Barn i dag fremstår mindre barnlig. De snakker mer som voksne, kler seg mer som voksne og oppfører seg mer som voksne, enn hva de pleide å gjøre.»
(Meyrowitz, 1984, s. 19)

Joshua Meyrowitz sine ord fra 1984 gir gjenklang over denne oppgavens problemstilling. Allerede da rettet Meyrowitz søkelys mot hvordan det ikke lenger ser ut til å være et klart skille mellom barndom og voksenliv, hvilket han mente i stor grad skyldtes medias skifte fra bøker og aviser til TV. Konsekvensen var manglende kontroll for foreldre over hvilke inntrykk barn blir eksponert for. Dette i stor kontrast til tidligere generasjoner, hvor foreldre hadde mer kontroll over hva barn visste og ikke visste. Meyrowitz påpekte at det hverken var utelukkende negativt eller positivt; «Den nye informasjonsflyten kan virke frigjørende, men også føre til nye frustrasjoner og spenninger i måten man skal forstå sin fysiske og sosiale plass i verden» (Meyrowitz, 1984; Meyrowitz, 1985).

Utviklingen som Meyrowitz beskriver for informasjon og dets påvirkning på barn på 1980-tallet, kan sies å ha ytterligere skutt fart og fått helt nye dimensjoner bare det siste tiåret. I dag har nemlig de fleste barn sin egen mobiltelefon, hvor de både bevisst og ubevisst eksponeres for en rekke sterke inntrykk som foreldre gjerne ikke får vite om. Risikoen ved dette, er derimot dagens foreldre svært klar over. Ifølge Medietilsynets undersøkelse av 2022 fremgår det at foreldre med barn i alder ni til tolv år lar barna få tilgang til mobil og sosiale medier, selv om de er klar over faren for eksponering av innhold og situasjoner barna ikke er modne nok til å håndtere. En viktig årsak er frykten for at barna skal falle utenfor (Medietilsynet, 2022).

Denne oppgaven har som mål å undersøke hvordan redaktørstyrte mediers inntreden på sosiale medier og da primært på Snapchat, kan påvirke barn ved publisering av undersøkende journalistikk. For å tydeligere skissere bakteppet for problemstillingen, vil jeg videre i dette

kapittelet redegjøre for hvor utbredt Snapchat er, samt hvordan redaktørstyrte medier gradvis har utviklet seg mot sosiale medier. I tillegg vil jeg vise hvordan Snapchat har blitt en ny plattform for å publisere undersøkende journalistikk, men at det også på sosiale medier er hard konkurranse om oppmerksomhet.

2.1 Snapchats utbredelse

Snapchat ble utarbeidet og lansert som et privateid amerikansk selskap av Evan Spiegel, Robert Murphy og Reggie Brown i 2011. I utgangspunktet var Snapchat en plattform for å sende bilder til hverandre som forsvant etter få sekunder. Derimot utviklet både antall brukere og funksjoner seg raskt, noe som vekket en rekke bedrifters interesse. I de 13 årene Snapchat har vært operativ, har det alltid appellert mest til unge.

Majoriteten av Snapchat sine 383 millioner daglige brukere er under 35 år, 20 prosent er mellom 13 og 17 år (Dixon, 2023). Selskapet har i likhet med flere andre sosiale medier satt en aldersgrense på 13 år. I Norge samsvarer dette med personvernforordningen artikkel 8 og personopplysningsloven §5, om at barn som har fylt 13 år selv kan gi samtykke til bruk av nettjenester og apper. Derimot er det ingen som kontrollerer at aldersgrensen blir overholdt og foreldre kan selv gi barn yngre enn 13 år tillatelse (Medietilsynet, 2022).

I februar 2023 var 3,45 millioner av Norges 5,49 millioner innbyggere på Snapchat (Kemp, 2023; Tønnesen, 2023). Det vil si at over halvparten av Norges befolkning anvender Snapchat i 2023. Av Medietilsynets undersøkelse (2022) fremkommer det at ni av ti norske barn i alderen ni til 18 år bruker sosiale medier, og halvparten av alle niåringer. TikTok, Instagram og Snapchat er desidert mest populære.

2.2 Redaktørstyrte mediers utvikling mot sosiale medier

De siste to tiårene har det blitt rapportert om synkende seertall og stigende gjennomsnittsalder for dem som forholder seg til TV-sendte nyheter og papiraviser i Norge, hvilket samsvarer med den globale trenden (Schiro, 2022). Eksempelvis hadde NRK en nedgang på 70 prosent i sine seertall for Dagsrevyen fra 2001 til 2016. Til tross for å ha brukt 26 millioner kroner på å nå ut til et yngre publikum, var 90 prosent av seerne over 40 år i 2016 (Lindblad, 2016). Dette kan sees som et klart insentiv for at redaktørstyrte medier søker mot sosiale medier som Snapchat for å publisere redaksjonelt innhold, men også som en naturlig forlengelse i tråd med samfunnets utvikling.

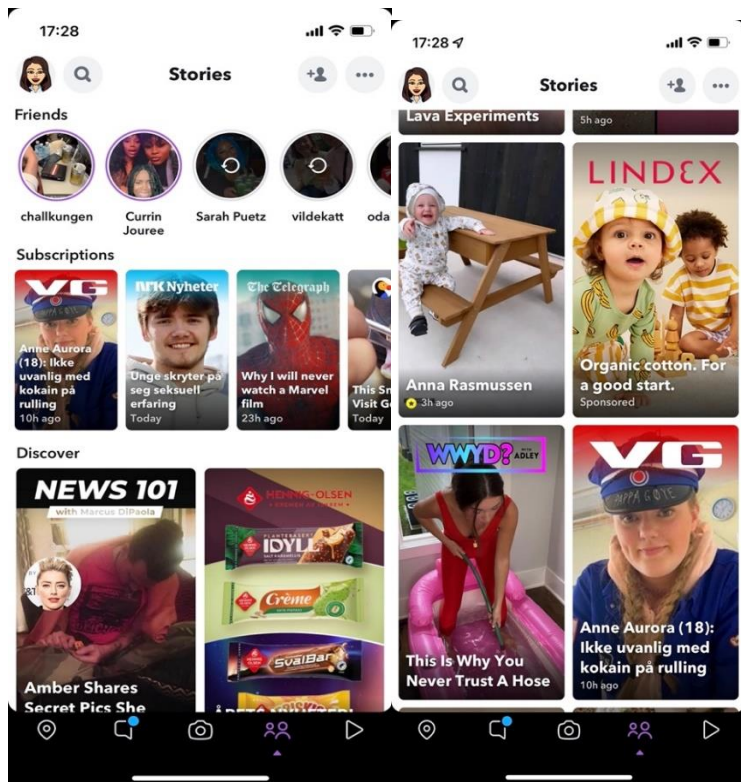
VG har lenge fulgt samfunnets utvikling. VG ble først utgitt i 1945. Under andre verdenskrig ble norsk presse utsatt for sensur. Det var derfor stor etterspørsel av uavhengige nyheter etter krigen, noe VG merket på opplagstallene (Hjeltnes, 2005). Gjennom tiårene har derimot VG måtte omstille seg og kjempe for å forbli relevant, men er i 2023 Norges mest leste nettavis med et daglig gjennomsnitt på 1.947.000 enheter på sin hjemmeside (Buggeland, 2023). Det å tilpasse seg ny teknologi er avgjørende i en tid hvor kampen om publikums oppmerksomhet er en av mediebransjens største utfordringer (Kvalheim, 2016, s.1-2).

Som første nordiske mediehus gjorde VG en avtale med Snapchat og deres relativt nye funksjon Snapchat Discover i januar 2017. Siden da har VG hver eneste dag klokken 07.00 gitt ut en særegen Snapchat-utgave. Den blir stående i 24-timer, men kan alltid søkes opp ved å se i arkivet som er tilgjengelig på Snapchat-profilen til VG. Senere har flere norske redaktørstyrte medier benyttet seg av at Snapchat Discover åpnet for kommersielle og redaksjonelle aktører. Blant annet NRK, TV 2, Dagbladet og Finansavisen.

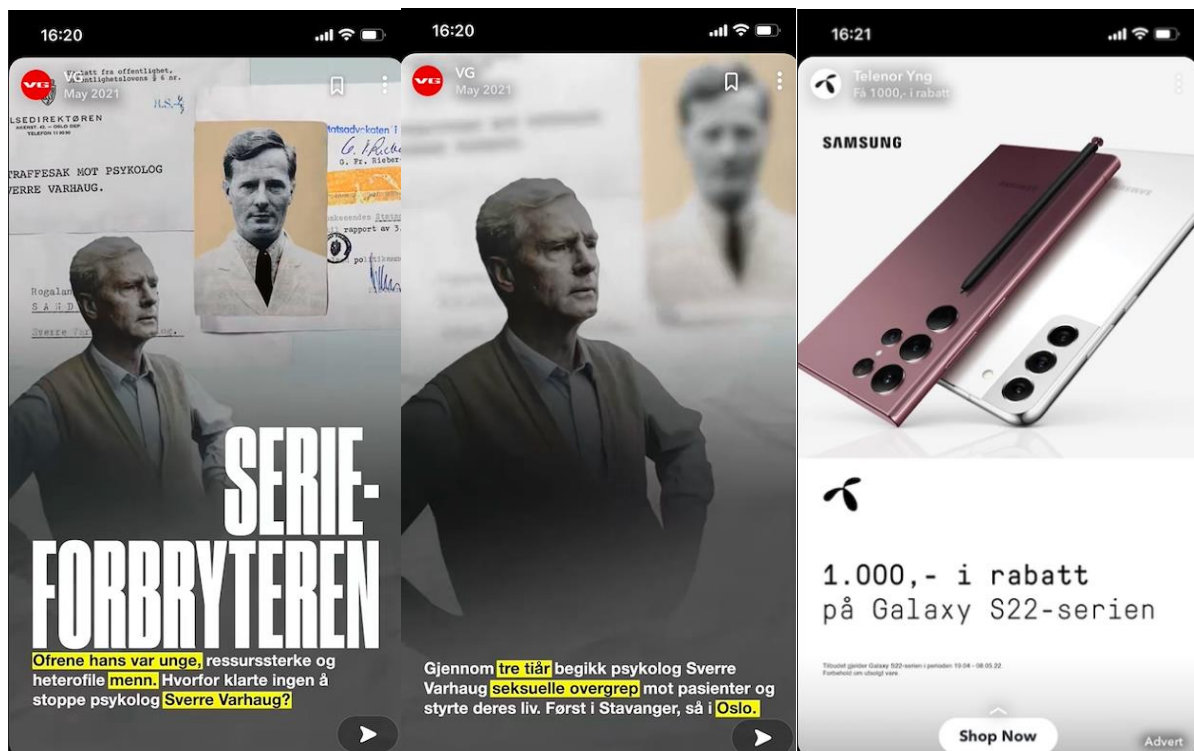
2.3 Snapchat som plattform for undersøkende journalistikk

VG fikk raskt uttelling for å være på Snapchat. 70 prosent av dem VG når ut til på Snapchat er under 25 år (Jørgensen, 2022). I juni 2023 har VG 580.000 abonnenter på sin Snapchat-profil og ytterligere 256.000 på datterprofilen «VG nyheter».

Siden 2017 har VG gått fra i hovedsak å publisere raske nyheter, til også å inkludere undersøkende journalistikk som prosjektet «Dukkemannen» fra 2021. VG avslørte hvordan en psykolog i flere tiår manipulerte og seksuelt misbrakte sine pasienter, uten at helsemyndighetene fratok psykologens autorisasjon eller praksis. Snapchat sin Discover-funksjon gjør at «Dukkemannen» og andre saker fra redaksjoner som VG, havner i utvalget av hva man får opp på skjermen uten at man selv aktivt har oppsøkt nyheter. Som Meyrowitz (1984; 1985) påpekte hadde denne type informasjon trolig ikke nådd frem til barn tidligere. VG skriver i sin metoderapport til SKUP (2022) at de publiserte saken av allmennpreventive årsaker. Det kan likevel stilles spørsmål om et barn som blir misbrukt, vil melde fra etter å ha lest en sak om at en psykolog misbrakte sine pasienter. Insentiv og tillit er noe som vil bli videre diskutert i den tematiske analysen og senere diskusjonsdelen.



Skjermbildene illustrerer hvordan Snapchat Discover fungerer, og hvordan flere kommersielle aktører kjemper om oppmerksomheten. I de kommende bildene vil jeg vise hvordan «Dukkemannen» ble fremstilt på Snapchat, inkludert reklame.



16:21 VG May 2021

Det psykolog Sverre Varhaug utsatte ofrene sine for, var **fysisk og psykisk tortur**, sier en professor i psykiatri.

Psykolog i lagmannsretten:
Seksuell stimulering ett ledd i terapien?

7/1 HILSON ØINER LARSEN

Historisk var det den gamle psykiatriske institusjonen og de dannede tradisjonen som ble diskutert i retten. Det var utvilsomt at det ble snakket om seksuell stimulering som ledd i terapien.

I psykologens F&U-beskrivelse av den tidligere behandlingen av pasientene, ble det opplyst at seksuell stimulering var en del av behandlingen. Det ble også opplyst at seksuell stimulering var en del av behandlingen.

Mer bokm...

Sverre Varhaug

16:21 VG May 2021

I ett år har VG kartlagt hvordan psykologen fortsatte å manipulere og misbruke pasienter i Norge, til tross for at han ble dømt for overgrep i tre ulike rettssaker.

16:21 VG May 2021

Dette er historien om en norsk **serieforbryter** som få har hørt om. VG har vært i kontakt med noen av ofrene, nå forteller de hva som skjedde.

16:21 Noroff Fagskole

På Noroff Stavanger får du et godt læringsmiljø, dyktige lærere og moderne teknologi.

More Advert

16:21 VG May 2021

VG avslører

HVORFOR KLARTE INGEN Å STOPPE HAM?

Sveip opp for historien om Sverre Varhaug

Read

16:21 VG May 2021

JAN (21) BLE ET AV OFRENE

VAR STUDENT I OSLO

16:21 VG May 2021

Oslo, oktober 1985



«Jan» står ved inngangen på **en høyskole i Oslo** når han bestemmer seg for å søke om hjelp. Han er **«lost» i livet** og bestemmer seg for å kontakte en psykolog.

▶

16:21 Xplora Trygg smartklokke for barn



XPLORA 5 - Rosa

NOK 1,990.00

Shop Now

Advert

16:21 VG May 2021

21-åringen kontakter Sverre Varhaug etter å ha funnet nummeret hans oppført på en **liste over psykologer**. Det blir starten på flere år med misbruk og overgrep.



▶

16:21 VG May 2021



Det «Jan» ikke vet, er at psykologen har foregret seg **seksuelt mot to mannlige pasienter** noen år før og sonet i fengsel for det. Likevel fortsetter han uten å bli stoppet.

▶

16:21 VG May 2021

VG | avslører

SLIK MANIPULERTE OG MISBRUKTE HAN PASIENTENE



Sveip opp

Read

▶

16:21 VITA Flere gode tilbud hos VITA.no

VITA

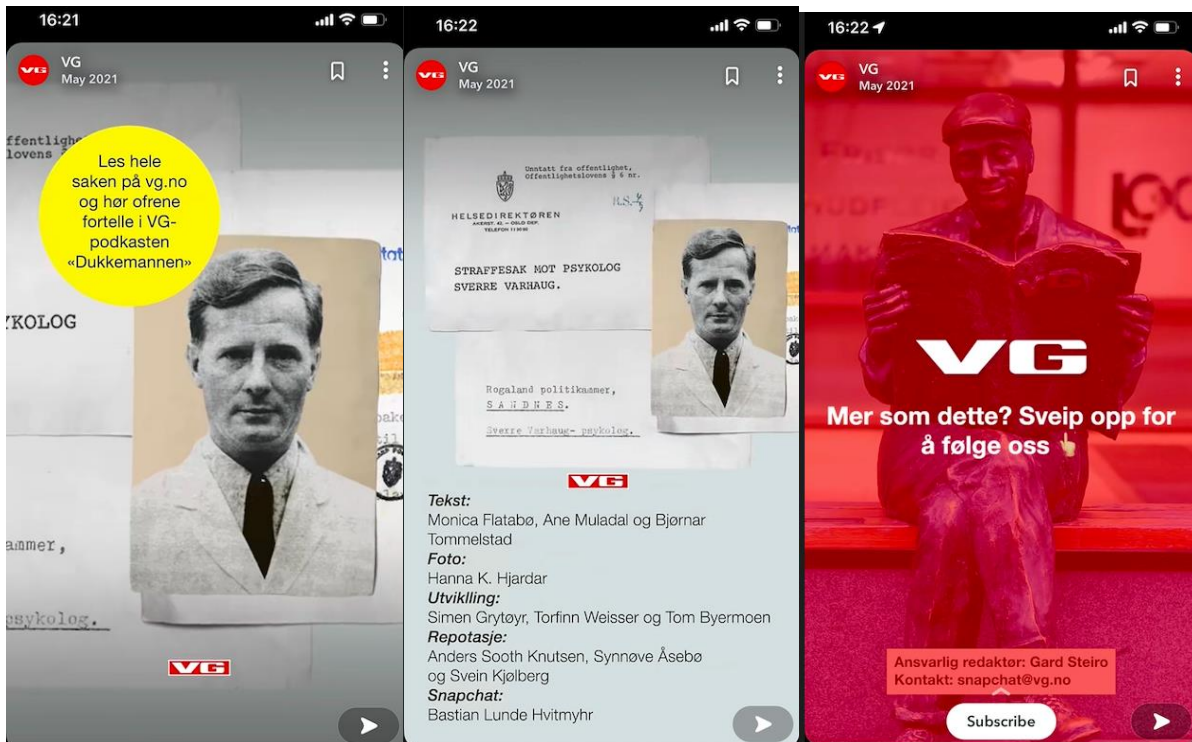
Alt fra **LUMENE**

-25%



Shop Now

Advert



På de to neste sidene vil jeg vise hvordan «Dukkemannen» ble presentert på vg.no.





VG


Dukke- mannen

Hør podkast-serien


Psykologen manipulerte «Knut» til å tro at han var blitt utsatt for overgrep som barn - fra sin egen far.


**Aktor i Varhaug-sak:
- Systemet sviktet**




**Bistandsadvokat
krever gransking**




**Nye pasienter har
meldt seg**



**Helsetilsynet: Nei til
intervju**



**Tiltalt for 60
overgrep - saken lagt
bort**



**Professor: - Vi er ikke
ferdig med dette**

VG

Dukke- mannen

Hør podkast-serien

Psykologen manipulerte «Knut» til å tro at han var blitt utsatt for overgrep som barn - fra sin egen far.




**Krever handling fra
helseministeren**



**Fikk svar på
hemmeligheter etter
38 år**



**Egen gruppe skal
ettergå Varhaug-
saken**



**Jan: - Godt å bli tatt
på alvor**



**14 nye personer har
meldt seg**





**Politiet: - Vi er i
beredskap**

VG


Dukke- mannen

Hør podkast-serien


Psykologen manipulerte «Knut» til å tro at han var blitt utsatt for overgrep som barn - fra sin egen far.


Det glemte offeret




**- Det ble begått
alvorlige feil**




**Soknes: - Må lære av
Varhaug-saken**



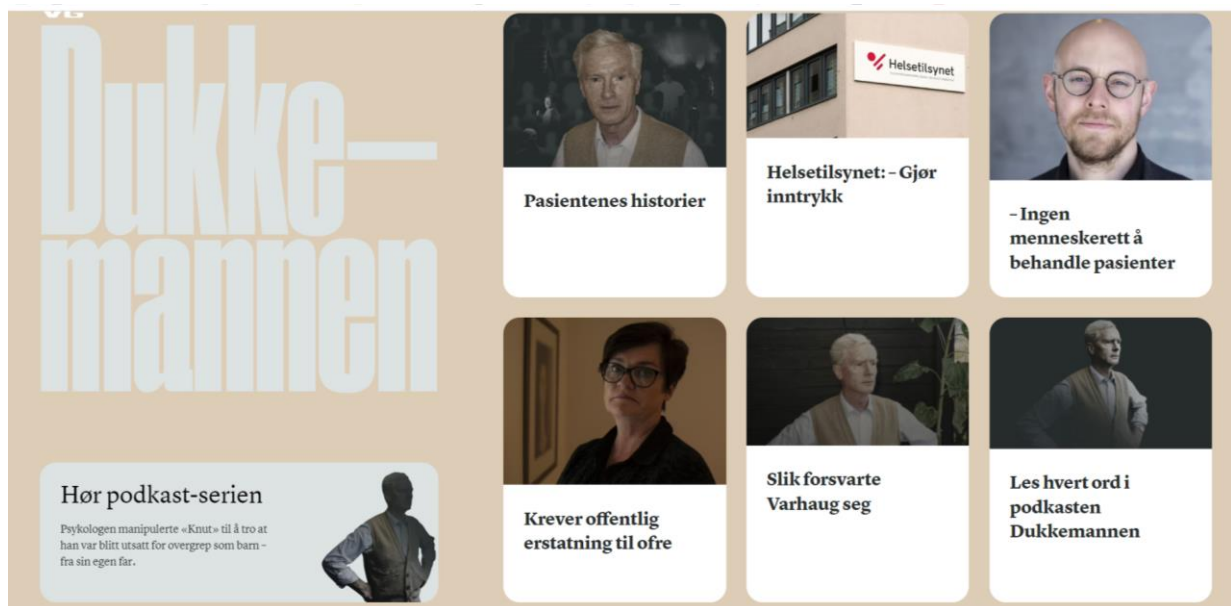
Pasientenes historier



**Helsetilsynet: - Gjør
inntrykk**



**- Ingen
menneskerett å
behandle pasienter**



2.4 Sosiale medier: En helt ny konkurransearena

Det er rimelig å hevde at det er forskjeller i hvordan VG har fremstilt det undersøkende prosjektet «Dukkemannen» på ulike plattformer. Fremstillingen på vg.no er tilsynelatende mer nøktern, og gir umiddelbart inntrykk av at saken har fått konsekvenser og at folk reagerer. I fremstillingen på Snapchat kan det virke som at det fokuseres mer på det oppsiktsvekkende og dramatiske. Dette fordi det på Snapchat i stor grad brukes interaktiv grafikk, lysende bilder, store, uthevede og mer dramatiske overskrifter og sitater, samt dyster musikk. VG fremstiller også saken i en egen podkast på Spotify og PodMe, hvor jeg opplever at saken beskrives svært detaljert og med rolig stemme.

VG opplyser på alle plattformer at de ønsker å komme til bunns i saken og hindre at tilsvarende skal gjenta seg, og oppgir et telefonnummer for tips. Derimot blir det ikke advart om sterke inntrykk, eller oppgitt ett hjelpetelefonnummer dersom man har opplevd overgrep eller mishandling. Dette er grep flere redaktørstyrte medier bruker ved publisering av journalistikk som kan skape sterke inntrykk.

Jeg har i forbindelse med denne oppgaven, intervjuet VGs leder for Snapchat og sosiale medier; Mathias Jørgensen. Hans tanker om problemstillingen vil bli belyst i kapittel fem: tematisk analyse. Imidlertid vil jeg trekke frem hans tanker om forskjellene i presentasjon og uttrykk av «Dukkemannen» på sosiale medier her, da jeg mener det vil aktualisere problemstillingen:

«Konkurransen om å nå de unge er stor på Snapchat, og vi bruker bevisste grep som interaktiv grafikk for å gjøre nettopp det. Vi har fordel av å være omtrent alene, med unntak av NRK, om å publisere nyheter på norsk, men vi konkurrerer blant influensere, Youtubere, Netflix og andre underholdningsaktører om oppmerksomheten. Det fører til et krevende konkurransemiljø (Jørgensen, 2022).»

Siden mitt intervju med Jørgensen i 2022 har flere andre norske redaksjoner begynt å bruke Snapchat. Blant annet TV 2, Dagbladet og Finansavisen. Det er tenkelig at når konkurransen om oppmerksomhet ytterligere tilspisses med flere aktører, kan virkemidler som sterkere bilder bli enda hyppigere anvendt.

3.0 METODE

Oppgavens overordnede mål er å besvare følgende problemstilling:

I henhold til Vær Varsom-plakaten: I hvilken grad tar redaktørstyrte medier hensyn til hvordan mindreårige kan bli påvirket ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier, og hvilket ansvar bør redaktørstyrte medier ta?

Det er de spørsmålene vi reiser eller de problemstillingene som har reist seg for oss, som må stå i sentrum når vi skal legge en plan for vårt undersøkelsesfelt (Østbye, Knapskog, Helland & Larsen, 2007, s.12). Hva slags materialet er best egnet til å belyse problemstillingen, og hvilken fremgangsmåte er den mest fruktbare? (Østbye et al., 2007, s.112). I dette kapittelet vil jeg redegjøre for mine valg av metoder og fremgangsmåter, og forklare hvorfor jeg mener disse valgene gjør meg best rustet til å undersøke problemstillingen.

3.1 Kvalitativ metode og intervju

For best å kunne svare på problemstillingen anvendes kvalitativ metode, med fokus på muntlige kilder. Kvalitativ data er nedtegnende erfaringer, som best beskrives med ord fremfor tall (Grønmo, 2015). Dette er en forskningsmetode som i større grad setter søkelys på etiske overveielser som mening og innhold, hvilket står i kontrast til kvantitative undersøkelser hvor bredde og omfang står mer sentralt (Fangen, 2015). På dette grunnlag anser jeg kvalitativ metode som best for å kunne besvare oppgavens problemstilling, ettersom jeg anser det som en forutsetning at intervjuobjektors personlige opplevelser og meninger kommer frem i regi av sin individuelle rolle. Det er også derfor jeg har valgt å foreta kvalitative intervjuer, som kan gi førstehånds informasjon man ellers gjerne ville hatt vanskeligheter med å få tilgang til. Med kvalitativt intervju kan man bedre kartlegge prosesser, følelser, opplevelser og relasjoner (Østbye et al., 2007, s.98). Det kvalitative intervjuet gir også muligheter for å stille spørsmål som kan få frem et mer sammensatt bilde av hva intervjuobjektene mener (Østbye et al., 2007, s.26). Det er på dette samlede grunnlaget at jeg har valgt å hovedsakelig basere min analyse på de foretatte kvalitative intervjuene, og mener det vil gi meg bedre forståelse for det denne oppgaven har som hensikt å undersøke.

3.1.1 Forutsetninger og etiske hensyn ved kvalitativt intervju

Forhåndsarbeid ved kvalitative intervju, består av å innhente samtykke og underrette intervjuobjektene om premiss og agenda for intervjuet. I tråd med Helsinkideklarasjonen og god forskningsetikk opplyste jeg om at formålet var en masteroppgave, og tilbudte dem

muligheten for å være anonyme samt informerte om at det er mulig å trekke seg til enhver tid. Av Helsinkideklarasjonen fremgår anbefalte retningslinjer for forskning som omfatter mennesker. Den ble utformet som en direkte konsekvens av andre verdenskrig og Nazi-Tysklands uetiske og makabre forskningsprosjekter. Det står blant annet at «Hensynet til individet skal alltid gå foran hensynet til samfunns- eller forskningsnytt (Slettebø, 2012, s.210). Prinsippet gjelder spesielt i møte med svake eller sårbare grupper. I intervju med barn er det derfor spesielt viktig å innhente deres og deres foreldres samtykke, men også at de selv forstår formålet med intervjuet/forskningen, samt hva innhentet informasjon vil bli brukt til.

Med tanke på eventuell anonymitet, ble det gjort en avveining i forhold til alder, profil og grad av offentlighet, og selvsagt intervjuobjektets eget ønske. Etterarbeid ved kvalitative intervju, består av nettopp vurderinger om hvordan de ulike medvirkende skal fremstilles, og i hvilken grad og hvordan de ulike intervjuobjektene skal bli eksponert.

3.1.2 Semistrukturert intervju

Ved innsamling av empiri, skiller man gjerne mellom tre ulike intervju typer: strukturert, semistrukturert og ustrukturert. De to sistnevnte regnes som samtaleintervju. Semistrukturerte intervjuer ble brukt som den primære metoden for å samle inn data, ettersom det er en god metode for å samle inn et allsidig datasett. Metodens fleksibilitet er særlig nyttig når man skal intervju personer som har ulike perspektiver samt bakgrunn og alder, og man gjerne bør justere språk og spørsmål deretter (Potter & Hepburn, 2005).

Semistrukturerte intervju kjennetegnes nemlig ved at intervjuets tema er fastsatt i forkant, men gir mulighet til å tilføye spørsmål underveis (Østbye et al, 2007, s.100) Ett godt eksempel på dette er oppfølgingsspørsmål, som gjerne trigges av at intervjuobjektet har delt noe uventet eller særlig interessant. Denne muligheten opplevde jeg som spesielt nyttig, ettersom oppgavens problemstilling tilsier at ulike aktører gjerne har ulike standpunkt. Et mulig svar på problemstillingen fordrer også at intervjuobjektene får fortelle om sine subjektive opplevelser, meninger og følelser. Under intervjuene oppdaget jeg også hvordan dette varierte fra intervjuobjekt til intervjuobjekt.

For ikke å få for sprikende materialet fra intervjuene, er det riktignok fordelaktig å utarbeide en intervjuguide. Det at jeg utviklet en intervjuguide gjorde at jeg stilte godt forberedt og i stand til å stille de samme spørsmålene til samtlige intervjuobjekt så langt det lot seg gjøre. I denne oppgaven fikk derimot intervjuobjektene også individuelle spørsmål, ettersom deres

perspektiver og roller er ulike for oppgavens problemstilling. Eksempelvis er redaktører ansvarlige for produksjon og publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier (Redaktørplakaten, 2021), mens barn er mottakere av den.

3.1.3 Redegjørelse for intervjuobjekter og materie

Følgende 26 personer stilte til semistrukturerte intervjuer:

A) Aktører som jobber i pressen:

1. Mathias Jørgensen: Leder for Avdeling Z i VG som jobber med sosiale medier og journalistikk for og med unge brukere.
2. Reidar Kristiansen: Leder for digital utvikling i dokumentar- og samfunnsavdelingen i NRK.
3. Laurie MacGregor: Rådgiver for sosiale medier i NRK.
4. Marit Midtstigen: Redaktør for Aftenposten Junior.
5. Gunnar Kagge: Medlem i Pressens Faglige Utvalg og journalist i Aftenposten.
6. Pål Sørum Schaathun: Krigsfotojournalist i TV 2.

B) Aktører med kompetanse om barn og/eller mediepåvirkning

7. Svein Harald Brurås: Professor i presseetikk.
8. Nina Bjerke: Kommunikasjonsrådgiver og pressekontakt i Medietilsynet
9. Atle Dyregrov: Krisepsykolog og grunnlegger av Klinikk for krisepsykologi.
10. Trond Edvard Haukedal: Psykolog.
11. Hanne Sophie Greve: Menneskerettsjurist og tidligere dommer i EMD.
12. Leif Gunnar Vik: Daglig leder for den ideelle organisasjonen Barnevakten.
13. En rektor, som ba om å være anonymisert, ved en barneskole i Bergen.
14. En avdelingsleder, som ba om å være anonymisert, ved en ungdomsskole i Bergen.

C) Barna selv:

15. Tolv elever: Seks jenter og seks gutter i 9.trinn ved en ungdomsskole i Bergen, som ble anonymisert.

For å best kunne besvare oppgavens problemstilling, intervjuet jeg et bredt spekter av personer. Jeg har forsøkt å intervju personer som kan gi innspill og erfaringer fra ulike perspektiver. Disse informantene spiller ulike roller i oppgaven, hvor noen gjerne kan fremstå som mer synlige enn andre. Det er dermed viktig å understreke at de alle bidrar med verdifull innsikt for oppgavens overordnede mål, som er å belyse i hvilken grad redaktørstyrte medier tar hensyn til hvordan undersøkende journalistikk kan påvirke mindreårige ved publisering på

sosiale medier, og hvilket ansvar de bør ta. Ved å intervjuere redaktører, fikk jeg særskilt innsyn i hvordan de gjør vurderinger ved publisering og hva de selv finner utfordrende. VGs redaktør kommenterte spesifikt det undersøkende prosjektet «Dukkemannen», mens de øvrige redaktørene uttalte seg generelt om publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier. Som journalist og medlem av Pressens Faglige Utvalg (PFU); kunne også Gunnar Kagge gi meg et godt innblikk i presseetiske retningslinjer. Det er viktig å understreke at Kagge ikke uttaler seg på vegne av PFU, men deler sine personlige meninger. Professor Svein Brurås besitter unik kompetanse om presseetikk, og ble også sentral for å belyse problemstillingen. Elever på 9.trinn delte hvordan de opplever å være mottakere av informasjonen, og hvordan det påvirker dem.

Leder for organisasjonen Barnevakten, Leif Gunnar Vik, fortalte hvordan organisasjonen arbeider for å skjerme barn. Krisepsykolog Atle Dyregrov og psykolog Trond Edvard Haukedal, ga god innsikt i hvordan mindreårige kan bli påvirket av innhold fra media. Dyregrov uttalte seg på generelt grunnlag, mens Haukedal også spesifikt delte tanker om prosjektet «Dukkemannen». Pål Sørum Schaathun har i ti år jobbet som krigsfotojournalist for TV 2, og delte sine tanker om sterke visuelle inntrykk. Ettersom jeg selv er ansatt i TV 2 hadde jeg av habilitetshensyn ikke tenkt å involvere noen fra bedriften, men anså at felles arbeidsgiver ikke ville være til hinder fra å stille kritiske spørsmål. Det er eksempler, som denne oppgaven vil redegjøre for i kapitlene om teori, analyse og diskusjon, hvor presseetikken henviser til det juridiske lovverket mens den i andre tilfeller kan se ut til å ikke forholde seg eller også kolliderer med juridisk lovverk. Hanne Sophie Greve omtales av flere som Norges fremste menneskerettsjurist, og har blant annet vært dommer i Den Europeiske Menneskerettighetsdomstolen (EMD) og på vegne av FN arbeidet med krigsoppgjøret etter det tidligere Jugoslavia. Hun ble dermed sentral for å sette problemstillingen i en menneskerettslig kontekst.

Medietilsynet besitter en reell makt i regi av å være statens tilsyns- og forvaltningsorgan på medieområdet. Medietilsynet innehar både tilsyn, forvaltning, innsikt og rådgivning, og ble særlig relevant å intervjuere for oppgaven da «Medietilsynet jobber for at barn og unge skal ha en aktiv og trygg digital oppvekst». Med dette formål utvikler Medietilsynet undervisningsmaterieell samt rådfører og veileder skoler og foreldre, for å kunne tilrettelegge for at befolkningen skal ha en kritisk medieforståelse (Medietilsynet, 2022).

Jeg transkriberte alle intervjuer manuelt og i sin helhet, hvilket totalt utgjør 120 sider.

3.2 Tematisk analyse

Jeg vil utføre en deskriptiv tematisk analyse av de kvalitative intervjuene jeg har foretatt. Ved deskriptiv metode beskriver man resultatene slik de er. Dette fordi jeg mener tematisk analyse av kvalitative intervju, kan gi meg bedre innsikt i oppgavens problemstilling sett fra flere perspektiver. Braun og Clarke (2006) definerer tematisk analyse som «En metode for å identifisere, analysere og rapportere tema i et datasett» (s.79). Boyatzis (1998) hevder derimot at det er mulig å være enda mer fri og fleksibel når man skal tolke funn i forskningsspørsmål, fordi tematisk analyse ikke har helt klare regler. Denne fleksibiliteten ved tematisk analyse, blir derimot også kritisert. Kritikken av metoden går på at man kan praktisere en holdning om at «hva som helst går» (Antaki, Billig, Edwards & Potter, 2002). Det er derfor viktig å benytte fleksibiliteten av tematisk analyse med varsomhet og fornuft. Når tema skal defineres, er det viktig å være både nøye og selektiv. For å kunne opprettholde og vurdere kvaliteten av en tematisk analyse, er det også viktig å utarbeide en klar og stegvis plan for hvordan den tematiske analysen skal utføres.

3.2.1 Utvalg, innsamling og lagring

Jeg forsøkte å få intervju med journalistene bak prosjektet «Dukkemannen», og ønsket særlig å høre deres tanker om forskjell i fremstillingen på ulike plattformer. Dette lot seg derimot ikke gjøre.

Ved utførelse av studier er det i tråd med god forskerpraksis ønskelig å ha likt grunnlag for intervjuene. Derimot var det ikke mulig å intervju alle intervjuobjekter ved et fysisk møte. Det ble tilfellet for intervju med krisepsykolog Atle Dyregrov, psykolog Trond Edvard Haukedal, professor Svein Harald Brurås, elevene og avdelingslederen ved ungdomsskolen. De øvrige intervjuet jeg via henholdsvis Teams og telefon.

3.2.2 Analyseprosessen steg for steg

Etter å ha transkribert alle intervjuene, leste jeg dem grundig flere ganger, før jeg foretok en analyse ved hjelp av stegene utarbeidet av Braun & Clarke (2006): Gjøre seg kjent med data, kode, søke etter tema, gjennomgå tema, definere og navngi tema og til slutt produsere rapporten/resultatene.

Jeg valgte Braun & Clarke (2006) sin guide fordi den gir en tydelig og stegvis guide til hvordan man best finner de sitatene fra de kvalitative intervjuene, som er mest relevant for problemstillingen. Jeg vil nå forklare disse punktene.

1.) Gjøre seg kjent med data

Det første punktet handler om å bli kjent med materialet man har samlet inn ved hjelp av intervjuer. Derfor leste jeg gjennom transkriptene nøye, og noterte underveis det jeg mente kunne være viktig for problemstillingen. Det var også med hensyn til å gjøre seg kjent med materialet best mulig at jeg valgte å transkribere intervjuene for hånd, selv om det finnes verktøy som automatisk gjør dette. Transkribering kan nemlig være en betydningsfull handling som tilfører mer enn det å simpelthen skrive ned ord (Lapadat & Lindsay (1999)).

2.) Kode

Dette steget handler om å merke seg sitater og ord som går igjen på tvers av transkriptene, og som kan bli viktige for å belyse oppgavens problemstilling. Målet er å finne de ordene og sitatene som kan bli utgangspunktet for temaer. Dette gjøres ved å gå gjennom transkriptene og fargekode. I dette steget oppfordres det til å heller markere litt for mye enn for lite. Selve utvelgingen av temaer blir først gjort på et senere tidspunkt i analysen. Jeg oppdaget fort at ordene hensyn gikk igjen på tvers av alle transkripter, men selvsagt fra ulike perspektiver. Mens redaktørene snakket om hensyn til merkevarebygging og demokratibyggning, snakket aktører som Atle Dyregrov, Trond Haukedal, Hanne Sophie Greve, Barnevakten, skolen og barna selv om hensynet til hvordan barn kan påvirkes. Det var også naturlig i lys av hva problemstillingen er, hvilket også gjorde det naturlig å ha «Ulike hensyn» som et eget tema.

3.) Lete etter tematikk

Da jeg var ferdig med å fargekode og dermed hadde markert flere innledende koder, laget jeg et tankekart med formål om å finne de mest beskrivende temaene som lå tett opp mot problemstillingen. Det ble da tydelig for meg hvilke koder som passet inn under samme kategori og hvilke koder som jeg i utgangspunktet hadde markert, men som jeg nå så at ikke lå tett nok opp til problemstillingen. Disse så jeg derfor bort fra.

4.) Gjennomgå temaene

Dette steget handler om å gjennomgå de temaene man har markert som mulige frem til nå, og vurdere om man har forstått hva personen man intervjuet faktisk mente og ikke latt egne

tanker ha innvirkning. Samtidig må man igjen spørre seg om de mulige temaene er relevant for problemstillingen. Jeg leste derfor gjennom transkriptene nok en gang for å se om det var noe jeg hadde oversett, eller misforstått.

5.) Definere og navngi tema

I dette stadiet forsøkte jeg å finne betydningen av materialet som en enhet, slik at det kunne bli til tematiske overskrifter. Braun & Clarke (2006) beskriver ikke dette stadiet i særlig detalj. Min fremgangsmåte var å bestemme meg for tema basert på likheter i svarene til intervjuobjektene, og hva de sa som var mest relevant sett opp mot problemstillingen.

6.) Skrive rapport

Siste steg var å produsere den endelige resultatdelen. I resultatdelen beskriver og forklarer jeg tema ut fra intervjuobjektene sitater, med en deskriptiv tilnærming. Den tematiske analysens funn vil så i oppgavens neste del, 5.2 Diskusjon, drøftes opp mot teori for å kunne belyse oppgavens problemstilling.

3.3 Refleksjon av metodevalg

Rammeverket beskrevet av Braun & Clarke (2006) har til tross for sin fleksibilitet, klare instruksjoner om at man gjennom analysen skal reflektere over egen objektivitet og unngå at egne meninger påvirker analysens funn. Dette adresseres spesifikt i steg fire og fem.

Willig (2013) argumenterer for at det likevel alltid vil være en grad av subjektivitet som spiller en rolle i slike prosesser, men understreker at det ikke bør anses som en umulig barriere for grundig forskning. Det er på dette punkt det er viktig å reflektere over at jeg har bred erfaring fra mediebransjen som journalist i 15 år, men også innehar en bachelor i psykologi.

Samlet mener jeg at dette gir et nivå av innsikt og en balanse i hvordan jeg tenker om oppgavens kjerneområde: Jeg kan som journalist forstå de journalistiske frustrasjonene og intensjonene om å nå ut til et yngre publikum. Samtidig gir bacheloren i psykologi meg også et annet perspektiv og forståelse for hvordan deler av journalistikken og presentasjonen av den, kan ha både heldig og uheldig påvirkning på barn og unge. Som notert av Berger (2015), er det viktig at jeg anerkjenner denne erfaringen. Samtidig må jeg opprettholde et nivå av objektivitet til selve datamaterialet, for å kunne utføre en effektiv analyse. Jeg konkluderer med at jeg har opprettholdt tilstrekkelig objektivitet; Jeg har vært trofast mot det innsamlede

materialet og vært bevisst om egne erfaringer. Stegene som ble tatt i denne prosessen er i tråd med modellen til Braun & Clarke (2006).

Med hensyn til selve intervjuprosessen, vurderte jeg at det beste alternativet var å gjøre lydopptak og senere transkribering, kontra simultan notatskriving. Av erfaring blir intervjuobjektet mer presist sitert, samtidig som jeg klarer å ha en bedre tilstedeværelse under intervjuet, noe som av erfaring er essensielt for at intervjuobjektet selv skal være engasjert. Metoden er derimot ingen garanti mot at feil kan oppstå i gjengivelsen av innhold og mening i intervjuet, med tanke på at hver person som intervjues vil opptre ulikt (Østbye et al., 2007, s.26). Teorien jeg har funnet frem til, vil derimot bygge oppunder de uttalelser informantene gir. Dermed baseres ikke noe utelukkende på verbale utsagn. Kombinasjonen av transkriberte intervju basert på lydopptak sammen med teori, mener jeg er et godt grunnlag for å kunne belyse oppgavens problemstilling.

Jeg har også innhentet samtykkeerklæring fra og tilbudt sitatsjekk til alle involverte. I tilfellet med intervju av elevene på 9.trinn, har skolens ledelse innhentet samtykke fra elevene selv og fra deres foreldre. Dette fordi elevene ikke er myndig og dermed ikke har juridisk rett til alene å gi samtykke (jamfør vergemålsloven §9). Før jeg startet intervjuet med hvert barn, spurte jeg også selvsagt om barnet selv ønsket dette og gjorde det klart at barnet kunne trekke seg når som helst, jamfør Helsinkideklarasjonen. Ingen av de tolv elevene trakk seg.

Barns påvirkelighet og villighet til å gi de svarene barnet tror at en voksen ønsker eller ikke ønsker har vært tema for forskning de senere tiårene, og særlig innen rettsvesenet med tanke på barns vitnesbyrd (Moston, 1987; Lamb, et.al., 2007). Barns påvirkelighet og sårbarhet har også vært tema i journalistikken. VVP 4.8 belyser blant annet at ikke barn alltid vet hvilke konsekvenser deres uttalelser kan få. Dette ble lagt særlig hensyn til i intervjuene med elevene på 9.trinn, som ved intervjutidspunkt høsten 2022 var 14 og 15 år gamle. For å motvirke risikoen for at jeg skulle påvirke barnas svar, var jeg både før og under intervjuene påpasselig med å forsikre barna om at det ikke fantes noen riktige svar og at noen av spørsmålene kanskje kunne være litt vanskelige, men at de måtte svare eller ikke svare etter hva de selv ønsket og tenkte. Jeg forsikret om at det jeg var opptatt av, var at de skulle gi ærlige svar og ikke føle seg presset til noe. Etter intervjuet hadde jeg også en liten «debrief» med hver enkelt, hvor jeg spurte hvordan opplevelsen av intervjuet var og hva de selv tenkte om

spørsmålene. Alle tolv elever svarte at de synes dette hadde vært en positiv opplevelse, flere påpekte også hvordan de selv hadde hatt nytte av å reflektere over nyheter i sosiale medier. Det at jeg i forkant hadde utviklet en intervjuguide med åpne spørsmål, var også et godt virkemiddel. Jeg har også tidligere erfaring med å intervju over 4000 barn i mine 14 år som journalist for BA, men jeg minner meg alltid på i forkant av et intervju med et barn om at hvert barn er unikt og at min erfaring alltid vil være begrenset. Jeg tar derfor forbehold om at mine egne holdninger kan ha påvirket barna, men dette er ikke noe jeg selv har inntrykk av at har skjedd. Særlig med tanke på de forholdsregler som ble tatt.

Som journalist blir man ofte minnet om at en sak alltid har mer enn én side og at det er din plikt å vise dette, ved å gi enhver som utsettes for kritikk muligheten til tilsvar for å kunne formidle sin side av saken (VVP 4.15). Dette er noe jeg har vært bevisst om, særlig ved presentasjon av innhentet materialet i den tematiske analysen. I forskningssammenheng bygger man gjerne på at det finnes én virkelighet og at denne burde kunne avdekkes så korrekt som mulig, men metodene man velger som forsker vil nok aldri kunne avdekke virkeligheten fullt ut (Østbye et al., 2007, s.25). En årsak til at man aldri vil kunne avdekke virkeligheten fullt ut, er at man bevisst eller ubevisst alltid vil bære med seg sin egen subjektive oppfattelse av virkeligheten. Det å være dette bevisst, er et verktøy for å motvirke at egne meninger, erfaringer og oppfattelser skal ha påvirkning. Dette er noe jeg har vært bevisst om gjennom hele arbeidet med denne oppgaven.

Derimot vil nok denne oppgaven ha et mer journalistisk preg enn klassisk akademisk; Ettersom masteren i undersøkende journalistikk først og fremst har vært praktisk rettet, men også at jeg i flere år har skrevet og tenkt som en journalist. Personlig vil jeg argumentere for at dette kan være en fordel, da det å tenke og jobbe som journalist har gitt meg en rekke idéer og pågangsmot til denne masteroppgaven. Særlig med henhold til intervjuprosessen.

4.0 TEORI

Jeg vil i dette kapittelet presentere teori jeg mener vil gi meg et godt grunnlag for å undersøke oppgavens problemstilling:

I henhold til Vær Varsom-plakaten: I hvilken grad tar redaktørstyrte medier hensyn til hvordan mindreårige kan bli påvirket ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier, og hvilket ansvar bør redaktørstyrte medier ta?

Jeg vil presentere teorien i fire hovedkapitler med tilhørende underkapitler:

- 1). Vær Varsom-plakaten: Vær Varsom-plakaten og hensyn til barn, Pressens samfunnsrolle.
- 2). Hva barn bør og ikke bør vite: barnekonvensjonen, vannskilleloven, Teknologiske sperringer, Den norske skolen og foreldre, God informasjon og konstruktiv journalistikk.
- 3). Krigens oppmerksomhet: Konsentrasjonsevne, Bombardement av inntrykk.
- 4) Mediers insentiv for å være på sosiale medier: Økonomiske insentiv, Demokratibyggning og motvekt til falske nyheter, Sosiale mediers makt.

Jeg vil starte med å presentere teori som kan forklare presseetiske hensyn Vær Varsom-plakaten legger ned, med tanke på hvordan sterke inntrykk i journalistikken kan påvirke barn. Jeg vil vise hvordan Vær Varsom-plakaten i noen tilfeller henviser til det juridiske lovverket som Grunnlovens §100 om ytringsfrihet, mens den i andre tilfeller kan se ut til å ikke forholde seg til eller ta stilling til juridiske lovverk som barnekonvensjonen og vannskilleloven. Jeg vil også presentere teori som kan redegjøre for hvilke typer journalistikk og inntrykk som forskning mener kan ha uheldig eller heldig påvirkning på barn, og hvordan ulike aktører og nasjoner forholder seg til disse. I tillegg presenteres teori som kan forklare hvilke insentiver medier har for å være på sosiale medier, og som kan si noe om hvilke utfordringer redaktørstyrte medier møter på sosiale medier. Dette er gjerne utfordringer som kommer i konkurranse med hensynet til hvordan mindreårige kan påvirkes.

I kapittelet presenteres også forskning fra krisepsykolog Atle Dyregrov og professor i presseetikk Svein Brurås. De er begge intervjuet i forbindelse med denne oppgaven og vil være synlige med direkte sitater i analysen. De har derimot ikke hatt noen innvirkning på hvilke teorier jeg har valgt å presentere.

4.1 Vær Varsom-plakaten

Jeg vil nå redegjøre for hva Vær Varsom-plakaten er, og hvilke hensyn den pålegger redaktørstyrte medier å følge ved publisering. Jeg vil også redegjøre kort for pressens samfunnsrolle og noe av etikken bak den. Dette med mål om å bedre forstå hvorfor noe er nedfelt som retningslinjer i VVP, mens andre hensyn og vurderinger er opp til hver enkelt redaktør eller journalist.

4.1.1 Vær Varsom-plakaten og hensyn til barn

Vær Varsom-plakaten utgjør selve kjernen for norsk presseetikk. Med begrepet presseetikk forstås i dag vanligvis et sett av handlingsregler for journalister, etablert dels for å unngå at journalistikken skal skade andre for mye og dels for å heve journalisters troverdighet og status (Brurås, 2010, s. 92). Disse handlingsreglene håndheves av et nasjonalt klageorgan, et råd eller utvalg som i varierende grad er etablert og administrert av pressen selv. I Norge er dette nasjonale klageorganet Pressens Faglige Utvalg (PFU), som er en selvdømmeordning som skal overvåke og fremme den etiske og faglige standard i norsk presse. Handlingsreglene som er nedfelt i Vær Varsom-plakaten (VVP) legges til grunn for PFU sine vurderinger. PFU presiserer at VVP skal gjelde for hele den journalistiske prosessen; fra innsamling til presentasjon (Norsk presseforbund, 2023). Brudd på presseetiske regler kan i motsetning til brudd på juridiske regler, ikke sanksjoneres i form av straff- og erstatningskrav. Medier som felles for brudd på VVP må publisere kritikken fra PFU som en uttalelse. (Norsk Presseforbund, 2023). For mediehus flest føles derimot dette som en sanksjon, og det betraktes at det formaliserte presseetiske systemet har sterk intern og ekstern legitimitet. Dermed har det også vesentlig betydning for hvordan pressen håndterer viktige dilemmaer og problemer (Bjerke, 2010, s.72).

VVP består av fire kapitler: 1) Pressens samfunnsrolle, 2) Pressens integritet og troverdighet, 3) Journalistisk atferd og forholdet til kildene samt 4) Publiseringsregler.

Ordet barn nevnes i to punkter i VVP: 2.8 og 4.8. Punkt 2.8 handler om at markedsføring mot barn, er uforenelig med god presseskikk. Dette er i tråd med markedsføringsloven (2009), som begrenser markedsføring mot mindreårige. VVP 4.8 fastsetter at:

«4.8. Når barn omtales, er det god presseskikk å ta hensyn til hvilke konsekvenser medieomtalen kan få for barnet. Dette gjelder også når foresatte har gitt sitt samtykke

til eksponering. Barns identitet skal som hovedregel ikke røpes i familietvister, barnevernssaker eller rettssaker.»

Det fremstår som tydelig at VVP 4.8 handler om når barn selv er omtalt. VVP 4.6 handler om barn som pårørende:

«Ta hensyn til hvordan omtale av ulykker og kriminalsaker kan virke på ofre og pårørende. Identifiser ikke omkomne eller savnede personer uten at de nærmeste pårørende er underrettet. Vis hensyn overfor mennesker i sorg eller ubalanse».

Det er derimot ingen punkter i VVP som tar hensyn til hvordan barn kan bli påvirket av hva pressen publiserer dersom de ikke selv er omtalt, eller er pårørende av en som er omtalt. Lovverk som barnekonvensjonen og vannskilleloven ser derimot ikke ut til å være innlemmet i VVP. Derimot kan VVP 4.1 «Legg vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon» muligens være oppe for tolkning i forhold til dette, men ved å se til PFU sine tidligere fellelser av 4.1, ser man at brudd gjelder saker hvor barn eller voksne enten er pårørende eller selv omtalt. Eksempelvis at barns identitet er offentliggjort i barnevernssaker (PFU, 2023).

Det eneste punktet i VVP som ser ut til å gjelde hvordan journalistikk som pressen publiserer kan ha påvirkning for personer som ikke selv er omtalt, eller som er pårørende, er VVP 4.9. Punktet er for tiden under utredning for eventuell revidering (Hansen, 2023):

«Vær varsom ved omtale av selvmord og selvmordsforsøk. Unngå omtale som ikke er nødvendig for å oppfylle allmenne informasjonsbehov. Unngå beskrivelse av metode eller andre forhold som ikke kan bidra til å utløse flere selvmordshandlinger».

4.1.2 Pressens samfunnsrolle

For å forstå hvorfor VVP ser ut til å være svært forsiktig med å pålegge retningslinjer for pressen, kan man se til første kapittel i VVP som omhandler pressens samfunnsrolle. Her konstateres pressens uavhengighet som en hjørnestein for et demokratisk samfunn, med henvisning til ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet, jamfør VVP 1.1.

Grunnlovens §100 om ytringsfrihet sier at «ytringsfrihet skal finne sted». Ytringsfriheten er riktignok ikke absolutt og begrenses blant annet av straffelovens: §183, §185, §263 og §264 samt §266 som gjelder henholdsvis oppfordring til straffbare handlinger, hatefulle ytringer, trusler og grove trusler, samt hensynsløs atferd (Justis- og beredskapsdepartementet, 2005).

Nettopp pressens samfunnsrolle eller samfunnsoppdrag, viser ofte pressen og dens representanter til når de møtes med kritikk, men hva det kjennetegner blir sjeldent utdypet. Både informasjonsplikt og informasjonsansvar er gitt som forklaringer. Informasjonsansvar kan forstås som et ansvar for å bringe informasjon ut til publikum, men også et ansvar for følgene av de publiseringsvalg man gjør. Brurås viser til at det er førstnevnte som oftest trekkes frem av pressens egne aktører (Brurås, 2013, s. 49-55).

PFU ser det som del av sitt ansvar å foreta en avveining mellom ytringsfrihet og privatlivets fred. Mange oppfatter avveiningen mellom ytringsfrihet og informasjonsansvaret på den ene siden, og kravet om respekt for privatlivets fred på den andre siden som kjernen i presseetikken (Bjerke, 2013, s.86). Dagens etiske selvdømmeordning er først og fremst ment å beskytte enkeltmennesker mot krenkende eller skadelig publisitet, ikke grupper. Etikken har altså et smalt utgangspunkt. (Bjerke, 2013, s. 85).

Videre viser Bjerke til hvordan journalister og redaktører i dagens liberalistiske og kommersielle klima, har fått stadig større og mer ubestridt makt over hvilken informasjon som skal nå ut til det norske folk. En definisjonsmakt Bjerke setter spørsmålsteget ved:

«Journalister er blitt tildelt et samfunnsoppdrag, nemlig å administrere samfunnsinformasjonen. Men sammenhengen mellom innholdet i dette samfunnsoppdraget og journalisters profesjonelle kompetanse er ikke åpenbar, snarere tvert imot. Journalister kan produsere nyhetstekster, men er ikke spesielt kvalifisert til å prioritere innholdet i en samfunnsinformasjon i forhold til samfunnets behov».

(Bjerke, 2013, s. 88).

Som følge av teknologisk utvikling og nye kommunikasjonsformer, etterspør Brurås (2013) mer klokskap og refleksjon fra norske journalister. I en tid hvor journalistikken stadig oppleves som tettere på, både i historiefortelling og i tilgjengelighet, utfordrer Brurås dagens førende liberalistiske presseetikk og argumenter for at journalistikken også bør finne mer rom for nærhetsetiske perspektiv; En relasjonsetikk som ivaretar ansvaret for sårbare individer:

«Det er ikke tilstrekkelig med en samfunnsetikk forankret i liberalistiske ideer om medienes frihet og demokratiske rolle. Journalisten forholder seg til individer, ansikter og skjebner, og følgelig må profesjonsetikken også være en relasjonsetikk. Det er naturlig at

journalister kan ha motforestillinger mot en etisk tenkning som oppfordrer til å prioritere det partikulære fremfor det allmenne, men en slik omsorgsetikk kan bidra til å fylle et yrkesetisk tomrom som flere har påpekt; nemlig empatiens fravær i den journalistiske profesjonsetikken» (Brurås, 2013, s. 108-11).

4.2 Hva barn bør og ikke bør vite

Hva barn bør og ikke bør vite, og foreldres evne til å regulere det, har endret seg drastisk i nyere tid (Meyrowitz, 1984, 1985). Barnekonvensjonen og vannskilleloven fastsetter at barn skal skjermes fra skadelig innhold, men viser også til at barn har rett på informasjon. Et sentralt spørsmål blir dermed hva som er skadelig innhold for barn. Denne seksjonen vil presentere ulike svar og tilnærminger til det spørsmålet, ved blant annet å presentere teori som viser at måten et vanskelig tema presenteres på kan ha betydning.

4.2.1 Barnekonvensjonen

Norsk lovverk er ikke entydig på hva barn skal ha tilgang på av informasjon og ikke, men FNs konvensjon om barnets rettigheter skal være førende. Barnekonvensjonen ble underskrevet av Norge i 1990, og har siden da pålagt den norske stat å arbeide konkret for å oppfylle den. Noen av rettighetene er derimot motstridende og noe uklare, særlig barns rett til: informasjon og ytringsfrihet, privatliv og beskyttelse mot skadelig mediebruk. Disse skal vektes mot hverandre ettersom barnet blir eldre (Jansen, 2021). Hva som kan være skadelig informasjon, utdyper ikke konvensjonen (Barnekonvensjonen, 1990).

I barnekonvensjonen står det at barn har rett til å skaffe seg informasjon om verden. I den forbindelse skal blant annet den norske stat oppmuntre til produksjon av og distribuering av informasjon rettet mot barn, også fra redaktørstyrte medier. Derimot skal myndighetene også sørge for retningslinjer som beskytter barn mot informasjon som er skadelig for barns velferd. Konvensjonen slår fast at barn har rett til privatliv, foreldre kan dermed ikke fritt overvåke hva barn foretar seg på nett. Med sistnevnte må særlig hensynet til barnets alder og modenhetsnivå veie tungt, men det er også vesentlig hvilke risikoer det er for barnet. Barns situasjon i Norge har endret seg siden konvensjonen ble underskrevet i 1990, med tanke på den enorme mengden informasjon barn har tilgjengelig og kan bli eksponert for nå. Regjeringen (2000) viser til barnekonvensjonen artikkel 13, 16, 17 og 18, og har på regjeringens sider oppsummert nevnte artikler som følgende forpliktelser fra statens side:

1. Få og gi informasjon:

Barnet har rett til ytringsfrihet, til å søke, motta og spre informasjon og ideer av alle slag og på alle måter.

2. Rett til privatliv

Barnet skal ikke utsettes for vilkårlig eller ulovlig innblanding i sitt privatliv, i familien, i hjemmet eller i korrespondansen sin. Det skal beskyttes mot ulovlig angrep mot ære og omdømme.

3. Massemedia:

Staten skal sikre barn tilgang til informasjon fra et mangfold av nasjonale og internasjonale kilder. Staten skal oppmuntre massemedia og forleggere til å spre informasjon som skaper forståelse, kunnskap, sosiale ferdigheter og velvære, til å lage eget barnestoff, også for minoritetsbarn. Staten skal beskytte barna mot skadelig informasjon.

4.2.2 Vannskilleloven

Reaksjoner på at det som ble oppfattet som skadelig innhold for barn ble kringkastet, ble utgangspunktet til at den såkalte vannskilleloven ble innført i lov på starten av 2000-tallet; jamfør kringkastingsloven §2-6. Loven slår fast at TV-program som inneholder scener og innslag som kan være skadelig for mindreåriges fysiske, psykiske og moralske utvikling, kun skal kringkastes etter klokken 21.00. Loven ble kjempet gjennom av den ideelle organisasjonen Barnevakten som argumenterte med at norske kringkastere måtte rette seg etter barnekonvensjonen. Vannskilleloven er nå årsaken til at TV 2 og NRK venter med å kringkaste de sterkeste bildene til sine sendinger etter klokken 21.00. Kringkasterne må likevel selv vurdere hva skadelig innhold er. Av kringkastingsloven §4-5 c) fremgår det at:

«Medietilsynet kan i forskrift eller enkeltvedtak forby videresending av fjernsynskanaler som sender program som kan være skadelige for mindreårige, med mindre det ved valg av sendetid eller ved tekniske tiltak sørges for at mindreårige normalt ikke kan se eller høre slike sendinger.»

Kulturdepartementets utredning av 2021: «Barneliv foran og bak skjermen» viser hvordan kringkastingsloven utfordres av tilgjengeligheten som strømmetjenester og sosiale medier bringer. Utredningen beskriver også hvordan det er uklarhet og uenighet om hva som er skadelig innhold for barn. I den kartlegger og sammenstiller Medieskadelighetsutvalget

kunnskap om skadevirkningene av eksponering for ulike typer medieinnhold, og skisserer alternative muligheter for økt beskyttelse av barn. Utvalget konkluderer med at det er stor forskjell i forskningsmiljøene for hva som er mest skadelig for barn, og at det er behov for et koordinert samspill av sektorovergripende tiltak for å ivareta barnas beste i den digitale medievirkeligheten. Det ble ikke vurdert at nye lovmessige tiltak ville være et effektivt virkemiddel. Utvalgets anbefalinger gjelder hovedsakelig tiltak rettet mot å styrke kunnskapsgrunnlag, koordinering og kommunikasjon (Regjeringen, 2022).

Av Medietilsynets undersøkelse av 2022 «Digitale Dilemmaer» fremgår det at foreldre ofte føler seg utilstrekkelige eller har dårlig samvittighet, ettersom de føler at de ikke lever opp til idealet om å «utforske nettet sammen med barna». Mange synes det er vanskelig å ha tid, kapasitet og kompetanse til å følge opp. Videre viser Medietilsynets rapport at selv foreldre som hadde planlagt å vente med å gi barna telefon og sosiale medier, går tilbake på dette grunnet det de opplever som press, samt en frykt for at deres barn skal falle utenfor når «alle» andre barn har tilgang på mobil og sosiale medier. Følgelig har ni av ti barn egen mobil før fylte ti år, og rundt halvparten av tiåringene bruker sosiale medier (Medietilsynet, 2022). Leder for Medietilsynet, Mari Velsand, viser til foreldrenes opplevde og dokumenterte avmakt og argumenterer for at foreldre ikke kan være alene om barns digitale oppdragelse:

«Medietilsynet mener tiden er moden for å løfte mer av ansvaret opp på samfunnsnivå. Det nå er behov for strengere regulering av de globale tech-plattformene, som har stor makt og påvirkning på barn og unges hverdag» (Velsand, 2023)

Velsand viser også til Medieskadelighetsutvalgets konklusjon av 2021, om at mer kunnskap og forskning kreves for å utarbeide tydeligere og mer kunnskapsbaserte anbefalinger for barns mediebruk, men er altså uenig med utvalgets beslutning om at lovverk ikke er veien å gå, og konstaterer at Medietilsynet stiller seg bak Personvenkommisjonens forslag om at nasjonalt lovverk som skal beskytte barn på nett må gjennomgås og forbedres (Velsand, 2023).

4.2.3 Teknologiske sperringer

Flere sosiale medier har lansert en form for foreldrekontroll. Snapchat lanserte sin i 2023: Ved at foreldre kobler egen Snapchat-konto opp mot barnet, blir foreldre i stand til å:

- Se hvem barnet har i kontaktlisten på Snapchat.

- Se hvem barnet nylig har kommunisert med i appen, men ikke innholdet i barnets meldinger.
- Rapportere brukere som barnet følger.
- Skru på et filter som begrenser sensitivt innhold.

(Munthe, 2023).

Lovverk og reguleringer mot sosiale medier har de siste årene vært en svært het debatt i USA, i lys av avsløringer om hvor skadelig og avhengighetsskapende sosiale medier kan være for unges psykiske helse (Wells et.al, 2023). I mars 2023 ble Utah første amerikanske stat som påla sosiale medier å innhente foreldres samtykke for alle under 18 år for å bruke sosiale medier, og samtidig gi foreldre full innsikt i barnets kontoer på sosiale medier, inkludert private meldinger (Moshiri, 2023). Lovgivere argumenterte med at dette ville beskytte barn mot sosiale medier. Flere mindreårige tok derimot til orde for at det ville ha motsatt effekt, og begrunnet dette med at mindreårige i Utah vil bli isolert, få begrenset informasjon og ha større vanskeligheter med å melde fra om misbruk fra for eksempel foreldre (Barbaro et al, 2023). I Norge har man ikke like restriktive politiske holdninger og føringer som i USA. Et lignende tiltak i Norge kunne også ha blitt sett på som et brudd på FNs barnekonvensjon. En konvensjon USA ikke har ratifisert. I Norge fordrer det at man er fylt 13 år for å selv kunne gi samtykke til bruk av nettjenester og apper som Facebook, Instagram, TikTok og Snapchat, jamfør personvernforordningen artikkel 8 og personopplysningsloven §5. Men som Medietilsynets undersøkelse av 2022 viste og som ble belyst i punkt 4.2.2, gir mange foreldre samtykke til barn mellom ni og tolv år til tross for at de som foreldre er klar over faren for at barnet kan bli eksponert for innhold og situasjoner det ikke er modent nok til å håndtere. Den vanligste årsaken til dette, er frykten for at barnet skal falle utenfor (Medietilsynet, 2022).

4.2.4 Den norske skolen og foreldre

Selv om Medietilsynet har uttrykt et ønske om reguleringer, jamfør punkt 4.2.2, er det per nå mye opp til foreldre selv og skolen å regulere barns bruk av og navigering på sosiale medier. Medietilsynet og organisasjoner som Barnevakten bidrar i barns opplæring av kritisk medieforståelse og kildekritikk, med blant annet foredrag og materialet til skolen. Unge under 25 år og eldre over 59 år sliter mest med kildekritikk på nett, samt det å skille mellom ulike typer informasjon som offentlig informasjon, reklame og nyhetssaker (Medietilsynet, 2021).

I sin undersøkelse av 2022 spurte Medietilsynet barn og unge mellom ni til 18 år hvem, utenom kanaler de selv oppsøker, som er deres nyhetsformidler. 93 prosent svarte at de «ofte» får med seg nyheter fra foreldre, venner, lærere og søsken (Medietilsynet, 2022).

Dette viser hvordan ovennevnte fungerer som informasjonsgivere, men også kan påvirke barnets forhold til og forståelse av nyheter. En må da være bevisst om at barns evne til selvstendig refleksjon vil variere ut fra modenhet og alder, og at nyhetsformidlerens subjektive mening og holdning kan påvirke barnet. I stedet for å bekymre oss for om en informert borger klarer å få med seg nok nyheter ved å skrolle på telefonen, kan vi heller bekymre oss for om en beredt borger har gode venner både på og utenfor sosiale medier, noen å diskutere saker av felles interesse med, og opplever avstand eller nærhet til meningsfulle fellesskap som kobler borgere til en større, mangfoldig offentlighet (Moe et al., 2019, s. 184).

Jordan & Massad (2014) viser til hvordan en barneskoleklasse sammen kan oppnå bedre forståelse av komplekse nyheter, ved at læreren organiserer daglige diskusjoner av aktuelle hendelser med oppfordring til elevene om å komme med egne refleksjoner, samtidig som læreren er bevisst på å korrigere eventuelle misforståelser og feilinformasjon.

4.2.5 God informasjon og konstruktiv journalistikk

Krisepsykolog Atle Dyregrov har arbeidet med krig og katastrofer gjennom flere tiår og har forsket på hvordan man best kan kommunisere med barn om vanskelige tema; Alt fra å formidle dødsbudskap og håndtere sorg (Dyregrov, 2006) til natakatastrofer (Dyregrov et.al., 2018) og terror (Raundalen et.al., 2018). Gjennomgående i Dyregrovs forskning er hvordan han skildrer viktigheten av å gi barn det han definerer som god informasjon. Dette er noe Dyregrov sammen med Raundalen beskriver i følgende punkter, som en veiledning til foreldre etter terroren 22.juli 2011 (Dyregrov & Raundalen, 2011):

1. Gi barna presis informasjon og gode forklaringer.
2. Gi dem forsikringer om trygghet.
3. Følg med hva de tar inn gjennom media.

I Norge er aktører som NRK Supernytt, Aftenposten Junior og BT Junior skrevet direkte til yngre barn, og tar hensyn til begrepsbruk og bildebruk. Det er gjerne ikke tilfellet i all redaktørstyrt media, og ved deres publisering på sosiale medier som Snapchat. Foreldres kontroll over hva barn har fått med seg av nyheter og inntrykk er svært begrenset i dagens samfunn, og har vært under press i flere tiår (Meyrowitz, 1984; Meyrowitz, 1985). Dyregrov

og Raundalen påpeker (2011) viktigheten av å spørre barnet om hva det har sett eller lest når foreldre ikke var til stede, slik at barnet kan få hjelp til å forstå og muligens bearbeide inntrykk det har fått. Som Medietilsynet har vist, er det mange foreldre som sier de ikke strekker til med å bidra til barns forståelse av inntrykk de får blant annet fra media. Lærere og skoleverket som system blir derfor særlig viktig for flere (Medietilsynet, 2022). Det er også eksempler på hvordan barn selv etterspør informasjon som er tilsiktet dem og deres bekymringer. Under den syv uker lange lockdown-perioden i Norge under Covid-19, deltok 244 ungdommer i alderen 13 til 20 år i en studie. De bekymret seg over egen fremtid med tanke på utdanning og sosialt liv, og etterspurte mer informasjon som var forbeholdt dem. Det å bli informert og stole på den gitte informasjonen, reduserte angst (Dyregrov et.al., 2020).

Rwanda er et eksempel på hvor media selv har tatt mye av ansvaret for hvilket inntrykk journalistikken skal etterlate, hvor det som kalles konstruktiv og løsningsorientert journalistikk er svært utbredt. Journalistene selv rapporterer at de ved å forholde seg til nyheter på en løsningsorientert måte, ved å ha fokus på historiefortelling som kan bidra til håp, løsninger og motstandsdyktighet, har bidratt til Rwandas gjenoppbygging etter folkemordet i 1994. Et folkemord hvor media gjennom å drive hatjournalistikk selv var en aktiv aktør i folkemordet (McIntyre & Sobel, 2017).

Også i Skandinavia er det flere som etterspør mer konstruktiv journalistikk fra pressen, og mener en kritisk og løsningsorientert journalistikk kan rette opp det som ofte blir et overdrevent negativt nyhetsbilde (Holmaas, 2019). Studien til danske Overgaard (2021) viser hvordan konstruktiv journalistikk kan være nyttig ved en pågående krise. Under Covid-19-pandemien, ble det vist at konstruktive overskrifter førte til mindre sinne og angst enn negative overskrifter. Mindre bruk av grafiske bilder reduserte også sinne, angst og anti-kinesiske sentimenter i befolkningen (Overgaard, 2021).

Forskning viser også hvordan det å fremstille mennesker i nød på en konstruktiv måte; Ikke først og fremst som et offer, men gjøre personen lettere å relatere til ved å presentere personens historier gjennom temaer som familie, karrierer og romantiske relasjoner, bidrar til å motvirke empatiutmattelse overfor et sosialt problem som for eksempel hjemløse (Roberts, 2021). Mer om empatiutmattelse i punkt 4.3.2.

Andre studier bestrider effekten av konstruktiv journalistikk. Selv om konstruktiv journalistikk bidrar til å motvirke negative følelser og holdninger hos leseren, bidrar den ikke til å engasjere til handling for et sosialt problem (McIntyre, 2017). Kleemans og kollegaer

kritiserer tidligere forskning for ikke å ha inkludert barn og argumenterer for at verdien av konstruktiv journalistikk er aldersbestemt (Kleemans et.al, 2017; Kleemans et.al., 2018). For barn førte både konstruktiv avis- og TV-journalistikk til lavere nivåer av negativ emosjonell respons og høyere nivå av inspirasjon til handling, sammenlignet med ikke-konstruktiv journalistikk. Konstruktiv journalistikk kan dermed være et godt verktøy i medias samfunnsoppdrag om å danne samfunnsengasjerte og informerte borgere (Kleemans et.al., 2018).

Funn tyder på at barn som ble vist konstruktiv TV-journalistikk om en tsunami i Japan, satt igjen med lavere følelser av tristhet og angst, men husket også noe mindre av selve nyhetshendelsen enn barn som ble vist ikke-konstruktiv journalistikk (Kleeman et.al., 2018). Tidligere forskning har vist hvordan negative bilder og hukommelse er aldersbetinget, hvor negative bilder har sterkere påvirkning dess yngre man er. Sterke bilder vil sette seg dypere i minnet til barn enn voksne, noe som kan forklares med at evnen til å regulere emosjoner utvikler seg etter hvert som man blir eldre (Charles et.al., 2003). Voksne har en emosjonsregulering og motstandsdyktighet barn ikke har, hvilket kan sees i sammenheng med både kognitiv utvikling og erfaring med eksponering for sterke inntrykk. Det er vist at hyppige nyhetslesere utvikler motstandsdyktighet, også mot nyheter som oppleves viktige for dem. De reagerer på nyheter som er relevant for dem og deres familie, privatliv og lokalsamfunn, samt på store, globale hendelser med midlertidige følelser av tristhet, frustrasjon og sinne. I tillegg benytter flere strategier for å kontrollere type og mengde nyhetseksponering, ved blant annet å abonnere på positive nyheter. (Yadamsuren & Heinström 2011).

4.3 Krigen om oppmerksomhet

På sosiale medier møter redaktørstyrte medier større konkurranse, og må kjempe om oppmerksomhet mot innholdsprodusenter som ikke er forpliktet av presseetiske regler. Konkurransen kan gjerne gi utslag i presentasjonen og uttrykket til undersøkende journalistikk, slik VGs prosjekt «Dukkemannen» kan være eksempel på. Særlig for barn kan det være utfordrende å forholde seg til alt og alle som kjemper om oppmerksomhet. Barn vil gjerne reagere annerledes enn voksne på sterke inntrykk. Dermed er mengden av informasjon og sterke inntrykk noe som må redegjøres for. Dette vil teori i denne delen ta for seg.

4.3.1 Konsentrasjonsevne

Når man snakker om en krig om oppmerksomhet er det naturlig å nevne konsentrasjonsevne. Det kan si noe om hvorfor mindreårige ender opp på sosiale medier, og hvordan de gjerne kan

fremstå som noe tilfeldige og naive lesere ved at de ikke målrettet søker seg inn på nyheter, men møter på dem på sosiale medier. Dette kan også si noe om hvor villige de er til å bruke tid på nyheter når de er på sosiale medier. Dette beskrives også i punkt 4.4.2.

Lorenz-Spreen og kollegaer (2019) argumenterer for at mengden informasjon som er tilgjengelig i dagens globaliserte og digitaliserte verden, har endret hvordan det kollektivt gis mindre oppmerksomhet til et problem eller nyhetssak nå enn tidligere. Det blir vanskeligere både å bli og forbli aktuell. Longitudinelle datasett som går på tvers av flere tiår og domener, viser hvordan hendelser får stadig mindre tid av kollektiv oppmerksomhet; De blir fortere «gammelt nytt». Mengden informasjon som blir presentert og tilgjengelig i samtid, gjør også at man må fordele oppmerksomheten mer. Det sliter ut konsentrasjonsevnen. Sosiale medier vil dermed være en utfordrende arena å distribuere kompleks journalistikk, som undersøkende journalistikk. Den nye måten å konsumere nyheter på kan også redusere kvaliteten av det leseren sitter igjen med. Det vil likevel være viktig for redaktørstyrte medier å være på sosiale medier, for å ha muligheten til å nå ut med sin journalistikk (Lorenz-Speen et.al, 2019).

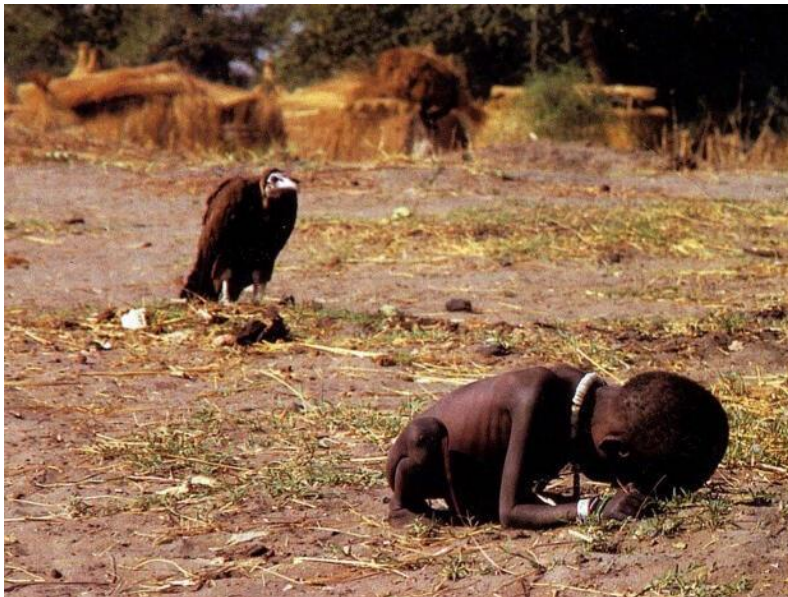
4.3.2 Bombardement av inntrykk

Denne oppgaven har kastet lys over den enorme mengden informasjon som er tilgjengelig for dagens barn, og hvordan de eksponeres for nyheter og bilder tidligere generasjoner gjerne ikke ble. Denne seksjonen vil trekke frem teori som kan forklare hvordan dette kan påvirke. Jeg vil også advare om at seksjonen inneholder skriftlig og visuell gjengivelse av innhold som kan oppleves sterkt.

Tidligere var det i forskning størst fokus på reaksjoner og konsekvenser for personer som var direkte rammet av noe og deres nærmeste pårørende. Senere har det blitt forsket med et bredere perspektiv. Forskning har vist at det å bli eksponert for sterke inntrykk over lang tid og være tett på vanskelige situasjoner som hjelpearbeider, kan føre til utbrenthet, empatiutmattelse samt en følelse av avmakt og svakere fremtidstro (Dyregrov, 1983). Likeså kan det å være tilskuer til vanskelige situasjoner gjennom nyhetsdekning føre til sterke reaksjoner, både for dem som produserer nyheter og dem som konsumerer dem. Både journalister og nyhetslesere, hvor barn er mer sårbare enn voksne, kan av nyhetsdekning utvikle empatiutmattelse og posttraumatisk stresslidelse (PTSD) (Dworznic, 2017; Piyasil et.al., 2007).

Det å bli eksponert for vedvarende og intens nyhetsdekning om et tema eller en hendelse, kan føre til empatiutmattelse overfor sosiale problemer som, men ikke avgrenset til; kriminalitet, barnemishandling og hjemløshet. Det kan også føre til at man ikke orker å forholde seg til nyheter eller det sosiale problemet (Kinnick, et.al., 1996), og at man responderer med å bli irritert eller unngår fremtidig eksponering for nyheter om emnet og/eller personene det gjelder (Gurr & Metag, 2021). Satt i kontekst med undersøkende journalistikk, kan det bli utfordrende for redaksjoner som vil løfte frem graveprosjekter og både skape og holde på leseres/seeres engasjement.

Balansen mellom å sjokkere og engasjere, er noe media alltid har vært opptatt av. I de tilfeller hvor de har blitt kritisert for å ha gått for langt og dermed blitt klaget inn til PFU, har medias samfunnsrolle og informasjonsansvar ofte blitt trukket frem som argument fra pressen selv, som beskrevet i oppgavens punkt 4.1: Vær Varsom-plakaten (Brurås, 2013, s. 49-55). Et bilde som gikk verden over, også i norske medier, var fotojournalist Kevin Carters bilde av et sultende barn i Sudan fra 1993. En gribb står like bak barnet og venter. Bildets brutalitet vekket enorm harme, men var også det som fikk verden til å sperre opp øynene for hungersnøden og den menneskelige katastrofen i Sudan (Keller, 1994).



Et annet eksempel er fotojournalist Nilufer Demirs bilde av to år gamle Alan Kurdi fra 2015, som ble skylt i land i Tyrkia etter å ha druknet da han sammen med familien forsøkte å flykte fra krigsrammede Syria til Europa. Bildet sjokkerte og skapte stort engasjement for flyktningkrisen i Europa (Smith, 2015).



Forskning viser at engasjement tilknyttet et sosialt problem ofte er tidsbegrenset (Kinnick, et.al., 1996; Lorenz-Speen et.al., 2019). Som et resultat av dette, kan det tenkes at redaktørstyrte medier vil fristes til å publisere sterkere bilder for å overgå det forrige. Dette i ønske om å holde nyhetsinteressen oppe. En slik løsning kan resultere i at både barn og voksne eksponeres for stadig sterkere inntrykk. Derimot har det blitt dokumentert at bilder og nyhetsartikler som aspirerer til håp, jamfør konstruktiv journalistikk, og etterlater leseren med et mer positivt inntrykk, er mer virkningsfulle for å bevare nyhetsinteressen overfor et sosialt problem, og gir leseren mer lyst til å lese ytterligere saker om tema, enn bilder som sjokkerer og trigger negative følelser. (McIntyre, 2017). I sosiale medier har delingskulturen også en effekt for å spre informasjon og bidra til at en sak holder seg aktuell. Flere deler i større grad nyhetsartikler på sosiale medier som har positive bilder, enn negative (Keib, et.al., 2017).

Hvordan det er å vokse opp i en verden hvor man eksponeres for en usammenlignbar mengde sterke inntrykk, vil nok fremtidig forskning gi svar på. Ferrara og kollegaer (2016) oppfordrer helsevesenet til å ruste seg på at stadig flere barn vil måtte trenge hjelp som følge av psykiske reaksjoner på inntrykk de mener har blitt uunngåelig at barn blitt utsatt for i media. Dette begrunnes med vedvarende geopolitisk uro, og hvordan medias rapportering om alt fra naturkatastrofer, krig og flyktningstrøm møter og når barn på stadig flere plattformer. Reaksjoner vil variere, men kan utartes i søvnvansker, skolevansker og PTSD. Derimot skal ikke barns evne til å tilpasse seg og utvikle motstandsdyktighet undervurderes. Evnen til å utvikle motstandsdyktighet vil være individuell. Det fordrer at barn har trygge rammer og voksne rundt seg. Voksne som evner å møte barna i deres reaksjoner og bekymringer, samt lære barn mestrings- og forsvarsmekanismer; Som å distansere seg ved å begrense

skjermbruk, samt evne til å bearbeide inntrykk ved å gi barn god og ærlig informasjon. Ikke alle har det, hvilket vil bli synlig ved sosioøkonomiske forskjeller (Ferrara et. al., 2016).

Imidlertid kan advarsler om sterkt innhold bidra til å redusere og ta kontroll over hva både barn og voksne eksponeres for. Advarsel om sterke inntrykk eller sterkt innhold brukes i varierende grad av redaktørstyrte medier samt i filmer. Det gir personer mulighet til å ta et bevisst og selvstendig valg om å bli eksponert, samt mulighet til å forberede seg på innholdet. Effekten av dem, men også forskningen som er gjort på advarsler, er noe omdiskutert. Det er påpekt at det å presentere sensitivt innhold for personer som er traumatisert og/eller mindreårige, kan være uetisk og derfor er underdokumentert (Bellet et. al., 2018). Bellet og kollegaer argumenterer både for at slike advarsler er et hensynsfullt grep overfor sårbare personer som eksempelvis dem med PTSD, men også kan motvirke motstandsdyktighet. Forskning viser til at det å få en advarsel før sensitivt innhold vises, er både ønskelig og forsterker troen om at advarsler er nødvendig (Boysen et.al., 2021).

Forskning viser at en rekke nyhetstemaer er gjennomgående når man studerer hvilke type nyheter som utløser følelser av skrekk og frykt hos barn: vold mellom fremmede, krig, hungersnød og naturkatastrofer. I hvilken grad barn får reaksjoner på innhold de har blitt eksponert for, avhenger blant annet av alder, egne erfaringer og i hvilken grad barnet selv identifiserer seg med og relaterer seg til hva som blir vist. Hendelser som barn anser mer realistisk at vil ramme dem selv fremstår i takt med alder som mer fryktinngytende, hvilket kan gjøre behovet for å bli betrygget av en voksen enda større (Cantor & Nathanson, 1996; Custers & Bulck, 2012; Dyregrov & Raundalen, 2011).

Eksponering for sterkt innhold kan for noen barn trigge frykt og skrekk, mens det for andre barn bidrar til å utvikle mer altruisme og toleranse overfor andre. Det å bli eksponert for voldelig inntrykk gjennom filmer, spill og medier, kan for noen barn bidra til aggressiv atferd (Wilson, 2008).

Charles og kollegaer viser til forskning om at barns påvirkning og reaksjoner er individuelt betinget, og etterlyser mer detaljerte advarsler med kategorier som eksempelvis beskriver typen av innholdet: seksuelt, voldelige, krig, mental helse, misbruk og kriminalitet (Charles et.al., 2022).

4.4 Mediers insentiv for å være på sosiale medier

Redaktørstyrte medier har flere insentiv for å publisere undersøkende og ordinær journalistikk på sosiale medier, men møter også utfordringer. Dette er noe denne seksjonen vil tydeliggjøre, for å bedre forstå hva som gjerne konkurrerer med hensynet til mindreåriges potensielle påvirkning når redaktørstyrte medier skal ta stilling til publisering på sosiale medier.

4.4.1 Økonomiske insentiv og merkevarebygging

En stor andel empiri viser at et hovedmål for mange redaktørstyrte medier er å engasjere unge lesere som gjerne ikke forholder seg til aviser eller TV (Lee, 2018). Lee illustrerer hvordan amerikanske mediehus først og fremst bruker Snapchat for å nå ut til et yngre publikum, hvilket Snapchat Discover har gjort betraktelig lettere. Snapchat blir dermed viktig for merkevarebygging og økonomiske hensyn, for at redaktørstyrte medier kan fortsette å holde seg relevant og sikre videre drift. Ved publisering på Snapchat, er også det visuelle og særlig video stadig viktigere for å få oppmerksomhet (Lee, 2018).

Medietilsynet avdekker nordmenns medievaner. En undersøkelse av 2022, hvor 3200 barn mellom ni og 18 år deltok, illustrerer hvordan norske redaktørstyrte medier har fått enorm uttelling for sin tilstedeværelse på sosiale medier. Blant ni- til 18-åringer oppgir 88 prosent at de får med seg nyheter fra sosiale medier. NRK, VG og TV 2 er de tre mest brukte norske redaktørstyrte nyhetsmediene blant barn og unge. Undersøkelsen viser at Snapchat, TikTok og Youtube er de sosiale mediene som flest under 18 år forholder seg til; 66 prosent av barn mellom ni til 18 år får med seg nyheter på Snapchat, 65 prosent fra TikTok og 62 prosent fra Youtube (Medietilsynet, 2022). I undersøkelsen rapporterer Medietilsynet også om hvordan bruk av nettaviser blir vanligere jo nærmere man kommer myndighetsalder. Mens fire av ti elever på videregående rapporterer at de får med seg nyheter «ofte» fra nettaviser, er tilsvarende tall én av ti for barneskoleelever. Medietilsynets funn viser hvordan bruk av medier endrer seg i takt med alder.

4.4.2 Demokratibyging og motvekt til falske nyheter

I lys av VVP og pressens samfunnsrolle vises det gjerne til at media skal bidra til å skape informerte borgere som kan ta informerte og bevisste valg, og som bidrar til samfunnsdeltakelse og styrking av demokratiet. Dette kan derimot være vanskelig i en tid med enorm informasjonsstrøm og mye desinformasjon. Det store gapet mellom tilgjengelig

relevant informasjon og hva hver borger kan forventes å forholde seg til, er et vedvarende problem med idealet om «den informerte borger» (Moe et.al., 2019, s. 18).

Av Medietilsynets undersøkelse av 2022, rapporterer 72 prosent av alle mellom 13 og 18 år at de har sett en falsk nyhet på internett i løpet av det siste året, hvor halvparten oppgir sosiale medier som plattformen den falske nyheten er sett (Medietilsynet, 2022). Mengden av falske nyheter på sosiale medier er et klart insentiv for redaktørstyrte medier til å gå inn som en aktør på sosiale medier, og bli en motvekt til falske nyheter. Moe og kollegaer (2019) påpeker at det i en tid med forbedrede muligheter til å spre propaganda og reklame kamouflert som troverdig informasjon, er det i et demokratiperspektiv særdeles viktig at også dem med lav betalingsvilje og -evne har et godt tilbud til god informasjon. Det er da viktig at både allmennkringkastere som TV 2 og NRK, biblioteker, lokale kulturhus og nettaviser formidler på plattformer som brukes av de gruppene som ikke betaler for nyheter (Moe et.al., 2019, s.182). Det er viktig å påpeke at også redaktørstyrte og etablerte medier kan være med å spre falske nyheter, slik Brexit i Storbritannia (2016) og presidentvalget av Donald Trump i USA i 2016 er eksempler på. Hendelsene var med å igangsette en rekke forskning på falske nyheter, og fikk media verden over til å reflektere over egen rolle og evne til verifisering. En konsekvens i Norge ble etableringen av Faktisk.no i 2017. Et samarbeid mellom VG, TV 2, Dagbladet, NRK, Polaris Media og Amedia som ble etablert for å arbeide med faktasjekking av det offentlige ordskiftet og avdekke falske nyheter, samt for å gjenreise tillit til toneangivende medier i Norge (Faktisk, 2023).

For at redaktørstyrte medier skal ha en reell rolle i å bidra til demokratibyggning og informerte borgere, fordrer det at befolkningen har tillit til dem og benytter dem. Norge er i en særklasse internasjonalt når det gjelder tillit til media, både på tvers av kjønn og aldersgruppe (Medietilsynet, 2022). Blant de 2010 personene over 18 år som deltok i Medietilsynets undersøkelse i 2022, fremgikk det at nordmenns nyhetsinteresse er stor. Kun én prosent opplyste at de ikke følger med på nyheter i det hele tatt. Undersøkelsen viste at nordmenn har høy tillit til redaktørstyrte medier, hvor de mest brukte på tvers av alle plattformer var NRK, VG, TV 2, Dagbladet og Aftenposten. 73 prosent har «ganske høy» eller «svært høy» tillit til norske nyhetsmedier generelt, hvor kun seks prosent opplyste å ha «ganske lav» eller «svært lav» tillit. Tilliten til allmennkringkasterne og andre redaktørstyrte medier er stabilt høy, mens tilliten til såkalte alternative nyhetsmedier og sosiale medier er stabilt lav. Det er verdt å merke seg at tilliten til journalister er betraktelig lavere enn til mediene når det gjelder

uavhengighet og objektivitet. Halvparten av de spurte oppfattet nyhetsmediene som uavhengige og objektive. Kun 23 prosent mener at norske nyhetsjournalister ikke lar egne meninger påvirke journalistikken. Kun 29 prosent mener det motsatte. De øvrige svarte «vet ikke» eller «hverken enig eller uenig» på spørsmål om uavhengighet (Medietilsynet, 2022).

Ved konsumering av nyheter, er det også viktig å tenke på at mindreårige har lavere betalingsevne enn voksne. Nyhetsinteressen er stor også blant mindreårige i Norge. De aller fleste i alderen ni til 18 år forholder seg til nyheter i større eller mindre grad: 97 prosent får med seg nyheter «ofte» eller «av og til». Blant dem mellom ni og ti år, er det kun seks prosent som i Medietilsynets undersøkelse svarer at de ikke får med seg nyheter i det hele tatt. Sosiale medier og TV er de vanligste kanalene for nyhetsoppdatering for denne aldersgruppen. Nyhetstypene en høyest andel barn og unge definerer som interessant, er nyheter fra utlandet (57 prosent), deretter følger nyheter fra Norge (51 prosent) og lokale nyheter «fra der jeg bor» (49 prosent) (Medietilsynet, 2022).

Det er gjort få studier på kvaliteten av journalistikk som blir presentert på sosiale medier. I 2015 utførte Ôst & Johansson en sosialdemokratisk analyse av profilen til CNN på Snapchat, samme år som Snapchat Discover ble lansert. Dette med formål om å studere kvaliteten av innholdet til den nye plattformen, samt vurdere hvordan CNN på den måten kunne etablere bedre kontakt med en ung målgruppe. Deres analyse konkluderte med at det journalistiske innholdet ble forenklet og komprimert på Snapchat, hvilket førte til at leseren tilegnet seg mindre informasjon sammenlignet med nettsiden.

Studier har rettet bekymring mot måten nyheter blir konsumert på i sosiale medier. De fleste unge får nyheter på telefonene sine som del av deres konstante bruk av sosiale medier; De møter nyheter over alt, i stedet for å aktivt oppsøke dem, men klikker på dem sporadisk og tilbringer lite tid med å engasjere seg med innholdet. Denne måten å konsumere nyheter på, er redaksjonelt og demokratisk urovekkende både med tanke på samfunnsdeltakelse og med hensyn til kvaliteten man så eventuelt gjenforteller nyhetene med (Bocznowski et.al., 2017; Lorenz-Speen et.al, 2019). Andre studier viser til at selv om brukere av sosiale medier kan fremstå som tilfeldige nyhetslesere, er det nå dannet en forventning til at man blir informert gjennom nyheter på sosiale medier (Bergstrøm og Belfrage, 2018).

Det at dem som leser nyheter ofte også deler nyheter på sosiale medier, kan gjøre dem som ikke leser nyheter særlig ofte mer oppdatert, hvilket kan fremheve sosiale medier som

informasjonskanal, men ikke som en debattarena som alle ønsker å delta på. Dette særlig grunnet tonen i debatter og kommentarfelt på sosiale medier. Det bildet sosiale medier da skaper av hva som skjer i offentligheten, er dermed relativt lite preget av ytringer og meninger til borgere flest (Moe, et. al., 2019, s. 90-91).

4.4.3 Sosiale mediers makt

I henhold til Redaktørplakaten (2021) har redaktøren det personlige og fulle ansvar for mediets innhold. Norske presseorganisasjoner har derimot uttalt en frustrasjon over at dette ikke er mulig ved publisering på sosiale medier. Flere redaktører opplever å ikke ha det fulle redaksjonelle ansvaret eller kontrollen, ettersom den enkelte sosiale medieplattformen og dets algoritmer styrer hvor synlig hver enkelt aktør på plattformen er, men også kan drive sensur over redaksjonelt innhold ved å fjerne saker og innlegg som det sosiale mediet mener er i strid med plattformens retningslinjer. Innhold som ikke strider med norsk presseetikk. Dette både kan og gjør sosiale medier som Snapchat, ofte uten å begrunne sin beslutning om å fjerne innholdet fra det redaktørstyrte mediet. Med denne begrunnelse fremmet norske presseorganisasjoner seks krav til de internasjonale teknologigigantene Google, Meta, Snapchat og TikTok, 16.mai 2023. Kravene ble overlevert til daværende statsråd Anette Trettebergstuen i Kulturdepartementet. De følgende seks kravenes formål er å sikre en mer regulert og transparent distribusjon av norsk journalistikk (Vedeler, 2023):

1. Plattformene må anerkjenne redaktørstyrt innhold som en prioritert innholdskategori.
2. Den frie flyten av redaktørstyrt journalistikk må ikke hindres.
3. De redaksjonelle mediene må ha innsikt i og kunne forstå beslutninger som begrenser eller forårsaker spredning av nyheter.
4. Alt norsk redaksjonelt innhold på plattformene må være umiddelbart gjenkjennbart.
5. Data om de redaksjonelle medienes kunder og journalistikk tilhører ikke plattformene.
6. De redaktørstyrte mediene trenger tydelige kontaktpunkter.

Generalsekretær i Norsk Presseforbund, Elin Floberghagen, krever at de internasjonale aktørene gir norsk presse den fulle og hele kontrollen tilbake, og begrunner dette med norsk presseetikk og selvjustis:

«Redaktørstyrte medier publiserer journalistikk, og opererer innenfor et felles etisk regelverk. Kvalitetssikring av journalistikk gjøres i redaksjonene, og kontroll fra plattformene er derfor overflødig» (Vedeler, 2023).

5.0 ANALYSE

I dette kapittelet vil jeg først presentere resultatene fra tematisk analyse av de semistrukturerte intervjuene jeg foretok. I del to vil jeg knytte funn fra tematisk analyse opp mot teori og drøfte disse opp mot problemstillingen. Videre vil jeg diskutere mulige løsninger, samt reflektere rundt oppgavens begrensninger, før jeg i oppgavens sjette og siste kapittel kommer med konkluderende merknader.

5.1 Tematisk analyse

Jeg utførte kvalitative intervjuer for å undersøke i hvilken grad redaktørstyrte medier tar hensyn i henhold til Vær Varsom-plakaten til hvordan mindreårige kan bli påvirket, når de publiserer undersøkende journalistikk på sosiale medier. Jeg undersøkte også i hvilken grad de selv oppfattet et moralsk ansvar. For å forstå hvordan barn kan bli påvirket, intervjuet jeg også aktører med kompetanse om barn og/eller mediepåvirkning og selvsagt også barn selv. Samt undersøkte hvor de mente at det moralske ansvaret for barns påvirkning lå.

Tematisk analyse ble brukt for å identifisere og analysere tema og mønster, med mål om å finne de sitatene som var mest relevant for problemstillingen. Det resulterte i følgende tre tema, presentert i tabellen under med en forklaring av essensen i hvert tema. Jeg vil trinnvis redegjøre for og senere drøfte hvert enkelt tema.

Tema	Essens i tema
1. Ulike hensyn	Her vises det, i tråd med problemstillingen, til hvilke hensyn VVP legger frem, men også hvilke andre hensyn de ulike aktørene er opptatt av ved publisering på sosiale medier.
2. Barns påvirkning fra media	Her vises det til hvordan barn kan påvirkes av redaktørstyrte mediers publisering på sosiale medier, og selvsagt også til hvordan de selv opplever mediepåvirkning.
3. Ansvar for barns eksponering og mediepåvirkning	I denne delen presenteres intervjuobjektens meninger om i hvilken grad redaktørstyrte medier har et ansvar for hvordan barn kan påvirkes av journalistikken som publiseres på sosiale medier.

Noen sitater var ikke like lett å plassere som andre, da intervjuobjekter i en og samme setning eller avsnitt kan snakke om både hensyn og ansvar. For flere går dette hånd i hånd. Jeg har derfor plassert sitatene ut fra der jeg ser det mest naturlig.

Som oppgaven slår fast, er det undersøkende journalistikk som skal diskuteres. Jeg viser her til Finn Sjøe sin relativt vide definisjon av undersøkende journalistikk:

«En uavhengig, systematisk og kritisk undersøkelse og analyse som journalisten gjennomfører på eget initiativ for å publisere opplysninger og sammenhenger som er av samfunnsmessig interesse og som ellers ikke vill ha blitt kjent.» (Sjøe, 2011, s. 22):

Det må derimot påpekes at barn ikke har den samme kompetansen om definisjoner innen media, hvilket jeg merket under mine intervjuer med 9.klassingene. Når de snakker om mediepåvirkning, er det gjerne mer med tanke på journalistikk sett under ett. Det er like fullt i lys av oppgavens problemstilling essensielt å få frem barns opplevelser av mediepåvirkning, og det med deres egne ord.

I lys av geopolitiske hendelser, var det også flere av intervjuobjektene som brakte opp krigen i Ukraina som et tema, hvilket også blir del av analysen. Norske medier har selv en oppfattelse av å ha vært med å avdekke hendelser av samfunnsmessig interesse som ellers ikke ville ha blitt kjent, og dermed arbeidet innen metodikken og definisjonen for undersøkende journalistikk. Utenriksavdelingen i TV 2 sin innsendte metoderapport til SKUP for 2023 er et eksempel på dette. Jeg vil her påpeke at jeg ikke var blant dem som medvirket i nevnte metoderapport.

Totalt 26 personer ble intervjuet for denne oppgaven, noe som endte med 120 sider med transkribert materialet. Grunnet dette store omfanget vil ikke alle 26 personers tanker og meninger komme frem i like stor grad, selv om de alle har vært like viktige for å belyse oppgavens problemstilling.

Jeg har delt dem inn i tre grupper ut fra hvilket perspektiv de gjerne har, og vil ha som ambisjon at minst en fra gruppen er representert i hvert spørsmål gjennom analysen og senere drøftingen. Gruppene er som følger:

A) Aktører som jobber i pressen:

1. Mathias Jørgensen: Leder for Avdeling Z i VG som jobber med sosiale medier og journalistikk for og med unge brukere.
2. Reidar Kristiansen: Leder for digital utvikling i dokumentar- og samfunnsavdelingen i NRK.
3. Laurie MacGregor: Rådgiver for sosiale medier i NRK.
4. Marit Midtstigen: Redaktør for Aftenposten Junior.
5. Gunnar Kagge: Medlem i Pressens Faglige Utvalg og journalist i Aftenposten.
6. Pål Sørum Schaathun: Krigsfotojournalist i TV 2.

B) Aktører med kompetanse om barn og/eller mediepåvirkning

7. Svein Harald Brurås: Professor i presseetikk.
8. Nina Bjerke: Kommunikasjonsrådgiver og pressekontakt i Medietilsynet
9. Atle Dyregrov: Krisepsykolog og grunnlegger av Klinikk for krisepsykologi.
10. Trond Edvard Haukedal: Psykolog.
11. Hanne Sophie Greve: Menneskerettsjurist og tidligere dommer i EMD.
12. Leif Gunnar Vik: Daglig leder for den ideelle organisasjonen Barnevakten.
13. En rektor, som ba om å være anonymisert, ved en barneskole i Bergen.
14. En avdelingsleder, som ba om å være anonymisert, ved en ungdomsskole i Bergen.

C) Barna selv:

15. Tolv elever: Seks jenter og seks gutter i 9.trinn ved en ungdomsskole i Bergen, som ble anonymisert.

1. ULIKE HENSYN

Funnene av den tematiske analysen indikerer at VVP ikke legger føringer for at redaktørstyrte medier skal ta hensyn til hvordan barn kan bli påvirket av undersøkende journalistikk publisert på sosiale medier, og at lovverk som barnekonvensjonen og vannskilleloven ikke er inkorporert. Av analysens funn ser man at dette er delte meninger om, og at det gir utslag i at redaktørstyrte medier selv må avgjøre hvor tungt hensynet til barn skal veie. Hensynet til hvordan barn kan bli påvirket, kan ut fra analysens funn se ut til at kan komme i konkurranse med andre hensyn som de redaktørstyrte mediene må ta stilling til. Funnene viser også at det er ulike tanker om i hvilken grad de redaktørstyrte mediene selv opplever at de tar hensyn til barn ved publisering på sosiale medier, og hvordan andre aktører opplever grad av hensyn. Særlig barna selv. Funnene i analysen viser også at det er ulike tanker om hva barn skal skjermes for. Denne delen vil trekke frem noe av det redaktørstyrte medier mener skadelig informasjon for barn er, og som de følgelig oppgir å ta hensyn til ved publisering på sosiale medier. Det vil i større grad forklares hva skadelig informasjon kan ha av konsekvenser i neste punkt i analysen: Barns påvirkning fra media.

Vær Varsom-plakaten og hensyn til barn

Svein Brurås mener VVP ikke innehar presseetiske retningslinjer for i hvilken grad redaktørstyrte medier skal ta hensyn til hvordan barn kan påvirkes av noen form for journalistikk publisert på sosiale medier.

«Presseetikken er ikke etablert med tanke på å skåne publikum. Den er etablert med tanke på å skåne de som er omtalt, og sikre pressens troverdighet. Presseetikken kan fremstå rigid og håndheves av pressen selv. Den er 42 punkter nedfelt i VVP, hverken mer eller mindre. Derfor er ikke barnekonvensjonen og andre juridiske lovverk inkorporert i VVP. Jeg mener færrest mulige lover på pressefrihetens områder, er et kjennetegn på et godt og velfungerende demokrati. Det samme angår pressens selvjustis, som gir redaksjonell frihet. Det gjør likevel at mange etiske spørsmål faller utenfor presseetikken og blir opp til journalister og redaktører selv. Derfor argumenterer jeg for mer dydsetikk i pressen; Pressen trenger erfarne, modne og kritiske journalister som bruker godt skjønn og vurderingsevne til å veie ulike hensyn» (Brurås, 2023).

Brurås viser til at selv om VVP kan virke rigid, er den påvirkelig og tar hensyn til kultur og reaksjoner fra publikum.

«Men presseetikken har blitt påvirket av kulturen og reaksjoner fra publikum. Det har vært store og virkningsfulle protester i måten krim saker har vært dekket og fremstilt, særlig den brutaliteten tabloide medier anførte på 1980 og 1990-tallet med sterke bilder på avisforsider. Det har gjort at det har kommet på plass et større vern mot dem som er omtalt i kriminalsaker» (Brurås, 2023).

Fotokrigsjournalist i TV 2, Pål Sørum Schaathun, er av en annen oppfatning enn Brurås. Han mener pressen har begynt å vise mer og sensurere mindre:

«For ti år siden opplevde jeg at TV 2 var veldig restriktive i å vise at det lå døde mennesker på bakken, men det gjør vi nå ukentlig i 21-nyhetene. Jeg tenker det er viktig for at folk skal forstå hvordan verden er» (Schaathun, 2023).

Pål Sørum Schaathun understreker at sterke inntrykk er noe personer er nødt til å få et valg om å eksponeres for. Det bør derfor ikke vises svært sterke bilder på fronten av hjemmesiden, og man bør i forkant av TV-innslag eller tidlig i nettsaker advare om hva som kommer (Schaathun, 2023).

Krisepsykolog Atle Dyregrov har blant annet jobbet med å gi råd til personer som skal se på sterkt visuelt materiale, og viser til hvordan det å få en advarsel om sterkt innhold kan ha positiv effekt.

«Det er viktig å huske at hjernen liker ikke overraskelser, og helst vil ha kontroll. Hvis du er forberedt har du en annen mental beredskap enn hvis noe kommer helt plutselig. Vi trenger ikke lang forberedelsestid, men alt vi er mentalt forberedt på, gjør at vi får tid til å få opp forsvaret vårt. Det er viktig. At medier skriver eller sier at «Nå kan det være sterke bilder», er en slik forberedelse» (Dyregrov, 2023).

Dyregrov understreker derimot at det grunnet mangel på forskning, ikke vites om barn vil ha den samme effekten.

«Men så spørres det om det har den samme innvirkningen hos barn som hos voksne; Om det vil ha en effekt på at barn da greier å skape mer avstand til det de ser fordi de er forberedt. Det har ikke jeg sett forskningsrapporter som sier noe om i forhold til bilder. Det er nettopp ved å skape mer avstand til noe at vi klarer å beskytte oss. Men jo mer likhetspunkter det er mellom det vi ser og noe vi har opplevd, desto mer relaterer vi oss til det og jo mindre avstand greier vi å opprettholde. Da er det lettere for at sterke inntrykk kan trenge rett inn i hukommelsen vår også. Dette kan også sees i sammenheng med hvordan en nyhetssak er vinklet. Det er viktig at man vet hva man møter» (Dyregrov, 2023).

Advarsler om sterkt innhold er noe flere av elevene selv ber om i forbindelse med spørsmål om det er noe innhold fra redaktørstyrte medier som de har opplevd som skremmende.

«Jeg synes det er litt rart at det kan være aldersgrense på en film, når de viser alt mulig i nyheter. Jeg synes at media kanskje kan skrive aldersgrense på noe av det de publiserer, som om krigen i Ukraina, eller en varslings på at dette kan være rørende eller skremmende. For det er en del som kan bli veldig rørt eller lei seg av noen nyheter» (Elev 2, Gutt, 2022).

Mens ti av tolv elever oppgir at de bruker Snapchat flere timer daglig, har to av elevene forsøkt å slutte helt med Snapchat. For Elev 6 skyldes dette opplevelsen av ikke å ha kontroll over hva hun eksponeres for.

«Noen ganger virker det som om det ikke er noe filter på hva medier skriver. Det er ikke noen advarsler eller aldersbegrensning. Jeg måtte gjøre det på min egen telefon, men til og med da kom det opp sånn VG-greie på Snapchat. Sist i går om en dame som hadde tatt plastisk kirurgi og så ut som en zombie-versjon av Angelina Jolie. Det var litt skremmende. Jeg måtte gå inn og lese om det, så jeg ikke kun hadde det bildet i hodet. Jeg måtte vite for å forstå. Da jeg var elleve år kom jeg over en sak fra Russland om en mann som hadde drept mange damer og gjort dem om til dukker og solgt dem. Jeg fikk mareritt om det. Jeg tålte ikke å få sånn informasjon så brått. Det tok lang tid før jeg snakket med mamma om det, for hva skal man si og når? Jeg gikk hele tiden rundt og var redd for at noen skulle gjemme seg bak døren» (Elev 6, Jente, 2022).

Journalist i Aftenposten og medlem av PFU, Gunnar Kagge, er enig med Brurås om at VVP ikke legger noen føringer for hvordan mindreårige kan bli påvirket. PFU har derimot diskutert om det i henhold til punktet om selvmord skal være et krav om å advare om sterke inntrykk og oppgi hjelpetelefonnummer.

«VVP legger ikke noen føringer for hvordan mindreårige kan bli påvirket av hva pressen publiserer. Det er 4.1, men det er først og fremst barn eller voksne som er omtalt i en sak som dette gjelder. 4.8 gjelder hvordan barn omtales. Vi har vårt mandat fra presseforbundet. Det er de som vedtar VVP, og slik den er utformet nå, er det min opplevelse at VVP er der for å ta vare på de som omtales i mediene og mediens integritet og troverdighet. PFU, slik jeg ser det, har dermed ikke noe mandat til å behandle saker som gjelder hvordan barn som ikke selv har blitt omtalt i en sak, påvirkes av eller opplever det. Med tanke på 4.9 har PFU diskutert føringer for hjelpetelefonnummer eller å advare om sterke inntrykk, men dette har vi i PFU ansett at ikke er et etisk krav» (Kagge, 2023).

Gunnar Kagge påpeker at det ikke er uproblematisk at VVP legger så få føringer, og bemerker at det dermed kan oppstå uklarheter for hvordan pressen også skal opptre.

«Det er åpenbart en yrkesetisk problemstilling hvordan man henvender seg til barn, men slik presseetikken er nedfelt i VVP nå er man mer opptatt av hvordan barn omtales, enn hvordan barn kan oppfatte det. Det kan kanskje sies å være en blindsoner i regelverket, som er vanskelig å håndheve for noen slik situasjonen er i dag» (Kagge, 2023).

VVP og hensyn til barnekonvensjonen og vannskilleloven

Gunnar Kagge stiller seg bak Brurås sine uttalelser om at barnekonvensjonen og vannskilleloven i likhet med mye annet lovverk ikke er inkorporert i VVP, og viser til at det for flere advokater oppleves som overraskende.

«VVP har ikke inkorporert kringkastingsloven eller barnekonvensjonen, heller ikke menneskerettsloven av 1999. Vi vet at de er der. Men vårt mandat er å behandle sakene for dem som føler seg utsatt for en presseetisk krenkelse. Dersom klageren også mener at de er utsatt for et lovbrudd, må de gå til domstolen. Vi ser flere

klagesaker til PFU hvor advokater bruker disse lovene som et argument i klagene, men da refererer vi dem til domstolene. PFU driver med etikk og ikke jus» (Kagge, 2022).

Menneskerettsjurist Hanne Sophie Greve er enig i at brudd på barnekonvensjonen først og fremst er en jobb for domstolene, men viser til at det i rettsvesenet også skal mer til for at en sak adresseres.

«Jussen håndhever domstolene, så hvis man føler at barnekonvensjonen er krenket er det mer naturlig å gå til domstolene med det. Men det betyr ikke at man som redaktør eller journalist kan gi blaffen i konvensjonene, bare at det er et annet organ som ser på det. Men det skal mer til for offentlige medier å bli kritisert i rettsvesenet, for å ha lagt ut bilder eller innhold som kan vekke reaksjoner hos barn. Dessverre, etter mitt skjønn, går media langt etter hvert i hva de publiserer av sterkt innhold. Jeg tror man skaper utrygghet og uro da, og tror ikke at det fremmer den gode vekst i samfunnet» (Greve, 2023).

Leder for Barnevakten, Leif Gunnar Vik, argumenterer for at barnekonvensjonen og vannskilleloven burde ha større synlighet i norsk presseetikk, sett opp mot ytringsfriheten.

«Det å begrense ytringsfriheten, er noe som ligger langt inne for samfunnet vårt. Det er viktig å få kunnskap om verden, men myndighetene har bygget bredbånd i hele landet og gitt nettbrett til alle landets elever uten å tenke over de negative effektene. Vi i Barnevakten ønsker at politikere utvikler en politikk, både regelverk og teknologi, og spør seg selv hva som er best for barna. Det må også, som Kulturdepartementets utredning i 2021 påpekte, igangsettes mer forskning som kan gi mer koordinert forståelse av hva som er skadelig informasjon. Barnekonvensjonen og de rettigheter Norge har forpliktet seg til å følge, bør ikke være en sovende plikt» (Vik, 2022).

Barneskolerektoren deler sin bekymring for at svært unge elever nå har tilgang på informasjon de gjerne ikke evner å forstå.

«Jeg er i utgangspunktet positiv til at nyhetsinteressen til elevene trigges ved at redaktørstyrte medier også er på sosiale medier, men jeg er opptatt av at det ikke er all informasjon og bilder de har godt av i så ung alder» (Barneskolerektor, 2022).

Redaktørene selv viser til at VVP ikke omhandler presseetiske retningslinjer for hvordan barn kan påvirkes av journalistikk som redaktørstyrte medier publiserer på sosiale medier, eller andre plattformer. De forteller at de likevel tar visse hensyn til barn.

«Vi er bevisste på at vi har et ungt publikum, men vi skal ikke være NRK Supernytt. Nyheter bør ut til alle uansett. Som krigen i Ukraina, hvor alvoret ikke skal underspilles. Det finnes langt mer skadelige ting på plattformer som Snapchat enn hva VG publiserer, og sammenligner du krigsdekningen i Ukraina på Snapchat og vg.no, vil du se stor forskjell i uttrykk og bildebruk. Vi forsøker å være mer forsiktige i bildebruken vår på Snapchat. I vårt graveprosjekt «Dukkemannen» var det ikke nødvendigvis skremmende bilder, slik som for eksempel krigen i Ukraina. Når vi publiserer om Ukraina, er vi tydelige på å advare om sterke bilder. Desto viktigere er det å skrive på en måte som ikke er skremmende, men som gir dem en forklaring og setter det i kontekst» (Jørgensen, 2022).

Psykolog Trond Edvard Haukedal er uenig i sin bedømmelse av hensyn til barn under fremstillingen av «Dukkemannen» på Snapchat, og argumenterer for nedfelte retningslinjer.

«Jeg er skeptisk til at de redaktørstyrte mediene henvender seg til svært unge barn på plattformer barn bruker slik som Snapchat, uten noen felles kjøreregler. Eksempelvis er det i «Dukkemannen» ingen advarsler om sterkt innhold på noen av de slidene jeg har sett i Snapchat-versjonen. Det er heller ingen oppfordring om å ringe en hjelpetelefon om en har opplevd noe lignende. Det er sterkt kritikkverdig. Særlig når barn på Snapchat kan ende med å bli noe tilfeldige lesere ved at undersøkende journalistikk som «Dukkemannen» popper opp uten at de selv har søkt det opp. Slik jeg opplever det, presenteres prosjektet som noe som pirrer oppmerksomheten deres, og som de får «midt i flaisen». Det er viktig at barn får snakke med noen om sterke inntrykk, slik som det for noen kan være å lese et slikt prosjekt. Det enten de har opplevd det selv eller ikke, men det er ikke alle som har foreldre de kan snakke med og som kan forstå. De som har det, opplever også sjeldent ting som «Dukkemannen» viser» (Haukedal, 2022).

VG opplyser på sin side om at «Dukkemannen» var med å rette søkelys på tidligere ofre som meldte fra. Det er derimot andre undersøkende prosjektet både VG og NRK har vurdert som

uegnet å publisere på Snapchat med hensyn til et ungt publikum, men også muligheten til å fange opp reaksjoner på journalistikken.

«Du vil aldri finne en sak som omhandler slanking eller diett på Snapchat. Vi er bevisst om kroppspress, og hvis vi omtaler det handler det om det pedagogiske» (Jørgensen, 2022).

«I utgangspunktet må det være mulig å ta opp de aller fleste tema på Snapchat, men alt handler om hvordan du løser det og hvilke bilder og videoer du bruker, som vi vet har påvirkning for hva leseren/seeren sitter igjen med. Vi hadde et undersøkende prosjekt som ble kalt «Sex eller overgrep», som tok opp tematikken om gråsonesex som mange blir utsatt for. Da brukte vi Instagram, ikke Snapchat. Mye fordi Instagram er en plattform som er mer personlig og hvor brukerne kan sende oss direktemeldinger» (Kristiansen, 2022).

På bakgrunn av egne erfaringer med Snapchat ber derimot noen av barna de redaktørstyrte mediene om å vise mer hensyn til og varsomhet overfor dem, enn det de opplever blir gjort.

«Jeg synes at media bør være mer varsomme. I hvert fall på Snapchat, for det er mer vi unge som bruker enn voksne. Jeg tror media bruker Snapchat for å få flere lesere, men jeg tror ikke det er så mange selskaper som tenker på publikummet sitt egentlig. Hvordan de kan reagere. Det burde bli tatt opp» (Elev 5, Jente, 2022).

«Jeg pleier ofte å se på VG sin Snapchat. Jeg synes det er bra at de legger ut på Snapchat, men hvis de snakker om krig så klikker jeg ikke innpå. Da krigen i Ukraina kom først, ble jeg sjokkert og så at det kom opp om bombing på Snapchat stories til VG og sånn. Jeg klikket innpå og synes det var ganske ekkelt» (Elev 1, Jente, 2022).

«Internett i seg selv er ganske farlig med at vi unge har så mye tilgang. Det er masse nyheter som kan gå innpå oss. «Mann 28, knivstukket» er sånn vi kan bli redd for. Det er også venner av meg som har slitt med kroppspress etter å ha sett saker om Sophie Elise og sånn. Hun har operert og har store pupper og rumpe. Det er sånt som kan påvirke oss veldig. At «beauty standardene» er at du må se sånn ut. Jeg opplever at VG legger mer sånn ut om drama og Sophie Elise på Snapchat» (Elev 1, Jente).

«Jeg synes media kan tenke mer på at det er små barn på Snapchat. At de ikke legger ut voldelige ting og så mye om krigen i Ukraina. Krig er skremmende. Jeg synes krigen i Ukraina er trist, og hvor fæle taktikker de bruker» (Elev 8, Gutt, 2022).

«Jeg synes media bør tenke på hvordan informasjon de gir oss barn kan påvirke oss, for vi er lettpåvirkelige. Mer enn voksne er. Som en influenser som har tatt en operasjon. Vi kan få ideer av det. Jeg følger ikke så mye med på nyheter, så jeg beskytter meg litt» (Elev 3, Jente, 2022).

Hensyn til økonomi, merkevarebygging, demokratibyggning og motvekt til falske nyheter

Psykolog Trond Haukedal er skeptisk til redaktørstyrte mediers insentiv for å publisere på Snapchat.

«Avisene skal overleve, så jeg forstår at de siktet seg inn mot en ung brukergruppe, men det er en balansegang på etikk: Gjør media det for økonomisk profitt eller for å gagne samfunnet? Jeg tror dessverre at insentivet først og fremst er å pirre Snapchat-brukere til å lese sakene deres for at de så blir gode og lønnsomme kunder, som da gjerne presser foreldre til å betale for abonnement. For barn som tenker «Dette må jeg ha» finner alltid en løsning. Det mener jeg er uetisk» (Haukedal, 2022).

Dette er en type kritikk VG gjerne svarer på.

«Selvsagt har vi en interesse av å være på Snapchat av kommersielle grunner, for å rekruttere et ungt publikum. Vi er på Snapchat for å bygge merkevaren vår som en nyhetsformidler. Vår målgruppe er de over 13 år, men primært 15-25 år i håp om at de ser på VG som den naturlige aktøren å oppsøke for nyheter, og ikke våre konkurrenter. Særlig med tanke på den dagen de vil tegne abonnement. Men som frie, redaktørstyrte, norske medier gjør vi en viktig jobb i å lære opp den yngre generasjonen til å ta til seg nyheter fra kilder de kan stole på. Vi er en motpol til «fake news» (Jørgensen, 2022).

Også NRK oppgir at Snapchat er viktig for å forbli relevant, og argumenterer for at nettopp det er det gode grunner til at de også bør være. Målgruppen for graveprosjekter er 25 år (Kristiansen, 2022), mens NRK generelt ønsker å nå 17-åringen (MacGregor, 2022).

«Snapchat er viktig for å bygge merkevarekjennskapen til NRK og for at vårt innhold skal nå ut til flest mulig i befolkningen. Det blir ikke tilfellet om det kun publiseres på nrk.no eller kun sendes på NRK TV. Vi i NRK sørger for at unge mennesker får tilgang til nyheter og informasjon som gjør at de er i stand til å ta gode valg. Vi bygger demokrati og utdanner barn og unge til å forholde seg kildekritisk og klokt til det de snubler over på blant annet Snapchat og andre sosiale medier» (Kristiansen, 2022).

Funnene i denne analysen viser derimot at det er varierende hvordan de redaktørstyrte mediene oppfattes på sosiale medier, særlig med tanke på insentiv, troverdighet og tillit.

«Jeg tror media er på Snapchat og sånn fordi det er lettere å få barn til å lese da. Det kan være greit om det er nyttige ting de legger ut. Jeg vil lese om fotball og positive ting» (Elev 12, Gutt).

«Jeg vil ikke lese nyheter på Snapchat. Jeg stoler mer på nettsidene eller på TV, enn på Snapchat. Det virker mer troverdig» (Elev 5, Jente, 2022).

«Jeg har sett at VG og sånn dukker opp på Snapchat, men jeg leser ikke nyheter der. Da går jeg heller inn på vg.no. Jeg er veldig kritisk. Det er mye falsk informasjon. Noen ganger føler jeg også at nyhetene drøyer det litt for å tiltrekke seg folk. De overdriver for at vi skal klikke på det og de skal tjene penger. De bruker store titler for eksempel, og bilder. Tittel og bilde kan påvirke veldig. Med krigen i Ukraina tror jeg det er så seriøst tema at det er dumt å tulle med på den måten, så da tror jeg at mye mer av det som står i nyhetene er sant» (Elev 9, Gutt, 2022).

Avdelingslederen på ungdomsskolen understreker at han i utgangspunktet er positiv til at redaktørstyrte medier er på sosiale medier, men har også fått erfare hvordan elever har blitt eksponert for sterke inntrykk som vekket negative reaksjoner hos dem.

«Jeg synes det er positivt at media kan nå ut til ungdom på deres kanaler og dermed skape samfunnsbevisste ungdommer og sikre demokratiet. Men jeg er bekymret for at ungdommen også eksponeres for sterke inntrykk de trenger hjelp til å håndtere, men gjerne ikke alltid får hjelp til. Enten fordi de ikke spør om det, eller fordi de ikke føler at de har noen å snakke med om det. Vi fikk flere tilbakemeldinger i forbindelse med

invasjonen av Ukraina, med elever som sa de fikk sterke og traumatiserende inntrykk fra nyheter i sosiale medier. Inntrykk de trengte hjelp til å forstå og bearbeide. Det er også blant våre oppgaver i skolen, men det blir opp til hver enkelt lærer i en hektisk hverdag» (Ungdomsskoleavdelingsleder, 2022).

Aftenposten skiller seg ut som eneste av Norges fem største mediehus som ikke er å finne på Snapchat og TikTok. Det er blant annet med hensyn til barn, forteller redaktør i Aftenposten Junior. Derimot er det å avstå fra en plattform som er gratis heller ikke problemfritt.

«Vi i Aftenposten som helhet har bevisst ikke satset på å være på Snapchat eller TikTok. For oss i Aftenposten Junior gjelder dette at vi ikke vil oppfordre våre unge lesere til å bruke plattformer som er satt en aldersgrense på 13 år for. Vår målgruppe er barn mellom åtte og 13 år. Vi startet nylig en nettside for å være mer tilgjengelig for flere. Vi har også gitt gratisabonnementer til skolen, slik at vår informasjon kan komme alle til nytte. Dette fordi vi ikke ønsker at Aftenposten Junior skal bidra til å opprettholde et klaseskille. Abonnement koster 1500 kroner året for papiravisen, og det forstår vi at er kostbart for flere» (Midtstigen, 2022).

Konkurranseshensyn og sosiale mediers makt

Både VG og NRK har begge beskrevet flere insentiver for hvorfor de vil nå ut til unge med sin journalistikk. De peker begge på to faktorer som gjør dette utfordrende, men som også legger føringer for hvilken type informasjon norske Snapchat-brukere kan få: En krig om oppmerksomhet i kombinasjon med begrenset redaksjonell kontroll. NRK og VG opplever at sosiale medier fratår dem noe av den redaksjonelle makten, samtidig som de konkurrerer mot aktører som ikke må forholde seg til noe presseetikk.

«På Snapchat og andre sosiale medier er det mye informasjon som blir publisert hver dag fra mange store profesjonelle aktører som ikke tar hensyn til jus, presseetikk eller andre ting vi må forholde oss til. Det er en sterk og ikke alltid helt rettferdig kamp om oppmerksomheten til Snapchat-brukerne. Vi som statlig eid selskap har andre forpliktelser, blant annet at 25 prosent av alt innhold skal være på nynorsk. Vi merker også at vi er sårbare for algoritme-endringer i sosiale medier. Så selv om vi kan ha en stor følgerskare på Snapchat, skal det ikke mer til enn at plattformene skrur på algoritmene for at vi mister kontakten med brukerne våre» (Kristiansen, 2022).

«Konkurransen om å nå de unge er stor på Snapchat, og vi bruker bevisste grep som interaktiv grafikk for å gjøre nettopp det. Det er ikke sånn at den jevne Snapchat-bruker går inn på Snapchat og tenker: «Nå skal jeg lese nyheter». De har heller en tanke om å slå i hjel litt tid. Det er en helt annen type konkurranse når leseren ikke er innstilt på å lese journalistikk i utgangspunktet» (Jørgensen, 2022).

Flere av elevene beskriver selv at det er mye som forsøker å få oppmerksomheten deres på sosiale medier, og at det kan begrense hva de får med seg av informasjon.

«Jeg føler jeg mister oversikt over hva jeg kan og ikke kan. Det er så mye informasjon fra alle kanter, men hva kan jeg egentlig? Jeg skroller og leser litt, men så kommer det noe nytt og så går jeg over til neste ting» (Elev 5, Jente, 2022).

Samtidig som VG uttaler at det finnes langt verre innhold på sosiale medier som Snapchat enn hva de publiserer, opplever de frustrasjon over selv å bli sensurert grunnet forskjeller i kultur mellom Norge og de amerikanske sosiale medieplattformene.

«Facebook, Instagram og Snapchat har strenge regler for hva de tillater av innhold. Særlig er det utfordrende når de tar avgjørelser vi mener vi tar best selv. Amerikanske selskaper har en annen kultur enn hva vi har i Norge for hvor grensen går for temaer som seksualitet, sex og nakenhet. Amerikanere er mer restriktive, særlig overfor unge mennesker, enn hva vi som nordmenn og europeere er» (Jørgensen, 2022).

Brurås påpeker hvordan det er sosiale medier som i den offentlige debatten har blitt pekt ut som problemmaker, og viser selv til et eksempel han mener norsk presse håndterer bedre i forbindelse med å vise hensyn til hvordan barn kan bli påvirket.

«Mye av den offentlige diskusjonen har handlet om sosiale mediers frie tøyler og mangel på presseetikk for uavhengige aktører. Flere har argumentert for at det ikke er de redaktørstyrte mediene som er problemet for barn, men at aktører i sosiale medier kan skade mer. Eksempelvis har vi på grunn av VVP, presseetiske regler som gjør at pressen ikke er tett på et knust ansikt i en ulykke eller identifiserer i straffesaker, men det er eksempler på at aktører i sosiale medier har gjort» (Brurås, 2023).

2. BARNES PÅVIRKNING FRA MEDIA

Som diskutert under første punkt, Ulike hensyn, tyder funnene av denne analysen på at det ved publisering på sosiale medier er svært ulike oppfatninger om hva de ulike aktørene anser som skadelig informasjon for barn og dermed bør tas hensyn til, og at det etterlyses mer kunnskap om dette. Funnene i denne seksjonen viser hvordan barn kan påvirkes av eksponering fra media både i positiv og negativ forstand, og beskriver hvordan dette kan ha sammenheng med måten journalistikk fremstilles på.

Bildebruk

Gjennomgående i punktet om hensyn, var bildebruk. VG og NRK fortalte at de tok hensyn til det som kunne være sterke bilder og forsøkte å advare om dette, samtidig som bildebruk nevnes som et viktig element for å få oppmerksomhet på en plattform som Snapchat. Funnene i analysen viste hvordan barn hadde fått reaksjoner som mareritt grunnet redaktørstyrte mediers bildebruk ved publisering på sosiale medier, og hvordan lærere i skolen er bekymret. Krisepsykolog Atle Dyregrov forklarer hvorfor bilder har så sterk effekt.

«Visuelle inntrykk har veldig sterk effekt og kan brenne seg inn i hukommelsen vår, hvor det kan komme frem som ubedte minner. Mens andre sanser som det vi lukter, smaker og berører, ofte trenger en ytre stimuli for å bli trigget, kan spesielt det visuelle komme spontant. Derfor er jeg veldig opptatt av at det er viktig å skjerme for det visuelle. Man trenger ikke å se alt, for å forstå alt» (Dyregrov, 2023).

Dyregrov viser til at dagens barn og unge har en usammenlignbar tilgang på informasjon og inntrykk fra geopolitiske situasjoner som pågår i samtid. Måten hjernen reagerer på eksponering over sterke inntrykk over tid, gjør krisepsykologen bekymret for hvordan dagens unge vil reagere på denne medieeksponeringen på lang sikt.

«Når vi så skal ta brodden av et bilde, brukes eksponeringsterapi mye i psykologien. Hvis du har sett eller opplevd noe forferdelig, vil du med eksponeringsterapi utsette deg for det gjentatte ganger helt til du får ned reaksjonen og blir desensitivisert for det. Det er det som naturlig skjer med oss når vi får sterkere og sterkere inntrykk: Vi blir vant til det. Det betyr at vi er med å avstumpe følelsesreaksjonene våre. Det vil da kreve mer og sterkere inntrykk for å vekke reaksjoner i oss. Jeg er overbevist om at den gradvise økningen i farligheten i bildene som har nådd oss gjennom media, og det

å ha vært eksponert så mye over årene, gjør at vi krever mer. Det gjør det vanskeligere for nyhetsmedier å nå gjennom til oss også» (Dyregrov, 2023).

Krisepsykologen sier han ikke er like sikker på at bilder som tidligere har vekket enorme reaksjoner både nasjonalt og internasjonalt, hadde blitt møtt med de samme reaksjonene i dag – og viser til hvordan det kan ha skremmende konsekvenser.

«Jeg tenker tilbake på den lille syriske gutten som druknet i 2015, Alan Kurdi. Det bildet som ble tatt av ham vekket stor oppmerksomhet da, men det forandret ikke på krigen eller situasjonen til båtflyktingene. Det er et bilde som bryter gjennom den desensitiveringen som skjer, men hvis vi får for mange av de bildene så vil det ikke vekkes noen reaksjoner i oss og kan også vekke negative reaksjoner. Det er det samme som vi ser når hjelpearbeidere blir utbrent. Det blir en empatiutmattelse som gjør at du også rett og slett kan ta avstand fra dem du egentlig skal hjelpe, og heller får følelser av irritasjon eller ergrelse overfor dem. Dette er jeg bekymret for når det gjelder de barna som nå vokser opp i dette klimaet med stor medieeksponering. Det understreker hvorfor vi alle må passe på hva vi eksponeres for, og særlig være oppmerksom på hva barn eksponeres for» (Dyregrov, 2023).

Funnene i denne analysen viser hvordan flere av barna forteller at de beskytter seg i møte med både innhold fra redaktørstyrte medier og andre på sosiale medier. Det vitner om en bevissthet blant barn, for hvordan sterke inntrykk kan påvirke dem samt hva de reagerer mest på.

«Det er veldig mye å ta inn til tider. Det er litt stress. Jeg prøver å beskytte meg mot det noen ganger. Som på TikTok. Jeg hopper over saker og videoer om Ukraina. Det er ikke gøy å se det. Jeg hadde nok synes at krigen i Ukraina var enda mer deprimerende om jeg hadde lest enda mer om det og om barna der. Jeg prøver å glemme det» (Elev 11, Gutt, 2022).

«Krigen i Ukraina er trist, men det rammer ikke meg. Jeg har forsøkt å finne ut om det sprer seg til resten av Europa og Norge. Det har jeg tenkt mye på. Jeg vet det grunnleggende om krigen, men jeg får ikke så mye nytte av om jeg leser detaljene i det. Hvor mange som har blitt drept vil jeg ikke vite» (Elev 10, Gutt, 2022).

God informasjon og konstruktiv journalistikk

Det flere aktører i denne undersøkelsen peker på som utfordrende, er å vite hva som er skadelig informasjon og følgelig ta stilling til at barnekonvensjonen både krever at barn skal ha rett til informasjon om verden og skal beskyttes mot skadelig informasjon. Dyregrov viser til hvordan god informasjon kan være med å betrygge barn som er urolige.

«Jeg pleier også å si at det som best hjelper oss til å unngå mer reaksjoner enn det vi naturlig vil ha, det er god informasjon. Det at vi forstår en hendelse. Da snakker jeg både om de som selv har blitt rammet av noe, men at det også kan overføres til verdenshendelser. Dette er noe Magne Raundalen og jeg har vært opptatt av i vår forskning; Det å ta barn på alvor og si at vi er nødt til å snakke med barn og forsøke å forklare og finne frem begreper vi kan bruke for å gjøre det mulig for dem å forstå. Barn trenger fakta. De trenger også omsorg i hvordan informasjon blir levert til dem, og at deres følelser om for eksempel noe fra nyhetsbildet blir tatt på alvor» (Dyregrov, 2023)

Redaktør i Aftenposten Junior, Marit Midtstigen, forteller om hvordan de har hatt undersøkende prosjekter om alt fra toaletter på landets skoler til terror, og har fokus på det å drive konstruktiv og løsningsorientert journalistikk.

«Vi mener i utgangspunktet at en kan ta opp de aller fleste tema også for barn i vår målgruppe som er åtte til 13 år, men det avhenger helt i hvilket format og hvordan journalistikken presenteres. Hensikten vår er å informere, og ikke skremme eller lage unødig dramatikk. Det har vi vært særlig bevisste på når vi har omtalt tema som terroraksjonen 22.juli 2011. Vi er opptatt av språkbruk og bildebruk, og bruker ikke virkemidler som kan skremme» (Midtstigen, 2022).

Barna selv etterspør informasjon som gjør at de både bedre kan forstå hvordan det rammer dem og vite om det er mulig å bidra til løsninger.

«Jeg synes det er viktig å ha informasjon om det som skjer i verden, så man ikke henger etter. Hvis noen snakker om det, så er du helt ute. Og i koronatiden måtte man jo følge med på om det var munnbind eller ikke på skolen. Det jeg ikke kan gjøre noe med prøver jeg å ikke tenke så mye på, som krigen i Ukraina. Men klimaendringer kan

jeg jo gjøre noe med. Da får jeg dårlig samvittighet om jeg ikke kildesorterer. Jeg tror det er bra å føle på, da får man lyst til å gjøre noe med det» (Elev 11, Gutt, 2022).

«Jeg synes krigen i Ukraina er skummel, for det er så nærme Norge. Men det er mange andre land det er krig i også, og jeg blir ikke redd av det. Jeg prøver å tenke på at det er liten sannsynlighet for at et land angriper et Nato-land som Norge. Det har jeg lært fra skolen, for vi har snakket en del om krigen på skolen» (Elev 9, Gutt, 2022).

«Jeg har snakket mye om krigen med foreldrene mine, for det var litt skremmende det som skjedde. Vi har snakket om det på skolen også. Det hjalp. Vi snakket om ulike teorier og grunner til krigen som jeg synes var interessant, for man må forstå hvorfor noen angriper» (Elev 4, Jente, 2022).

Elev 6, som tidligere fortalte om hvordan nyheter hadde kommet brått på henne på Snapchat, viser hvordan mer informasjon om ett tema kan virke betryggende når man ikke forstår noe, og har blitt skremt av noe. Her i forbindelse med voldtekt.

«Det finnes måter å få frem noe på uten at det skal bli så grovt. Mamma er flink til å snakke med meg og søsknene mine for at vi skal forstå og vite hva som skjer i verden, men uten at vi får så skumle detaljer at vi blir redde. Mamma bruker ikke ordet voldtekt for eksempel. Hun kaller det å bli behandlet veldig dårlig eller mishandlet, så vi skal vite at det er galt og noe vi ikke skal oppleve. Da jeg fikk vite ordet voldtekt for første gang, klarte jeg ikke å tenke på noe annet. Jeg fikk det ikke ut av hodet mitt. Det var noe som kom på telefonen min sånn plutselig fra nyhetene. Derfor er jeg veldig imot Snapchat, TikTok og sånn. Jeg tror media skriver om ting for å sette lys på saker og at folk skal vite hvordan verden er, men noen ganger blir måten de gjør det på mot sin hensikt. Vi blir redde og det vi får vite gjør mer skade enn nytte» (Elev 6, Jente, 2022).

Tidlig voksen: Fremtids pessimisme og motstandsdyktighet

Krisepsykolog Ate Dyregrov viser til at både motstandsdyktighet og fremtids pessimisme trolig vil vise seg blant dagens unge, som en konsekvens av stadig rapportering fra media om en verden som er preget av geopolitisk uro. Dyregrov refererer til studier som også viser hvordan barndommen rett og slett forkortes.

«Sammenstillingen av flere geopolitiske hendelser de siste årene, som krig, økende antall naturkatastrofer og klimaendringer, kan gi et inntrykk og skape en frykt for at verden holder på å gå i utforbakke. Det gjør at det er lettere å få en fremtidspessimisme. Det er jeg bekymret for. Vi ser dette hos traumeutsatte barn. Samtidig har vi også en resiliens og en motstandskraft; Så det er ikke sånn at jeg tror vi kommer til å få en verden befolket av de som er psykisk svake, men det har vært en økning i personer som sliter psykisk. Noe av den økningen tror jeg kan komme fra at det er så mange negative hendelser som sammenfaller nå.

Det jeg synes er forunderlig, er hvordan ungdomstiden presses nedover i barnealderen og puberteten kommer tidligere. Det tror jeg er et resultat av hele dette konglomeratet av påvirkning av barna. Det påvirker den kroppslige syken. Jeg forstod det første gang for mange år siden, da det kom en rapport som viste at pubertetsutviklingen startet tidligere hos dem som har vært utsatt for traumer. Etter hvert er det kommet flere studier som har dokumentert at puberteten nå starter tidligere. Jeg tror det skyldes at det utskilles en større mengde stress-hormoner, og det har en innvirkning på kroppen som vi ikke helt kjenner rekkevidden av» (Dyregrov, 2023).

Funn i denne studien viser hvordan flere barn ser ut til å utvise både en form for fremtidspessimisme, men også motstandsdyktighet. Funnene viser også hvordan flere barn selv anser seg som voksne allerede i en alder av 14 år og dermed selv mener å være gamle nok til å få en sann realitetsorientering, til tross for at det for flere oppleves urovekkende. Flere elever uttrykker en bekymring for barn som er yngre enn dem når det gjelder medieeksponering.

«Når du er i den alderen som jeg er, så tenker jeg at man kan begynne å følge med som en voksen og være opplyst på det meste. Men det kan jo noen ganger virke som at hele verden går til helvete. Det er ikke så mye positivt i nyheter, men det er kanskje derfor mediene poster det? For da får de mer klikk hvis det er revolusjonerende negativt. Jeg synes det er veldig mye negativt i nyheter for tiden» (Elev 11, Gutt, 2022).

«Jeg synes klimaendringer er det mest skumle å lese om og tall om hvor ille det egentlig er. Det blir mer og mer søppel, dårligere luft og temperaturstigning. Jeg tenker på at kloden blir mer og mer sliten, og jeg faktisk skal bo her. Jo mer jeg leser

om det, jo verre føler jeg meg. Men jeg prøver å ikke tenke på det, og prøver å kontrollere meg ved å ikke lese så mye om det» (Elev 2, Gutt, 2022).

«I dagens alder vet vi barn om så mye vondt her i verden, at det ikke er noe som kan overraske og virke skummelt. I den alderen jeg er, skal vi jo gå over fra å være barn til unge voksne og da må vi se realiteten i verden. Det påvirker jo selvfølgelig å lese om vonde ting, men det kan kanskje hjelpe til at noen vil gjøre noe med det. For noen er det ikke bra å vite så mye, men for min del er det greit. Kanskje det kan forberede meg til voksenlivet. Jeg vil bli lege. Jeg vet mye mer enn foreldrene mine tror jeg vet, og noen ganger vet jeg mer om verden enn de også. Det synes jeg er greit, men samtidig kan jeg ikke sammenligne det med noe. Det er alt jeg og generasjonen min vet. Vi er vant til at det er mye som skjer hele tiden og det er ikke så overraskende for oss at en krig bryter ut eller noen blir drept, for det skjer hele tiden. Personlig blir jeg ikke så påvirket, men jeg tror noen kan bli det og det kan påvirke tankene og handlingene deres» (Elev 5, Jente, 2022).

3. ANSVAR FOR BARNES EKSPONERING OG MEDIEPÅVIRKNING

Analysens funn indikerer at det strides om hvilket ansvar redaktørstyrte medier skal ta med hensyn til hvordan barn kan bli påvirket ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier. Funnene viser en stor sprik mellom hvem det menes bør ta et slikt ansvar, og hvem som gjerne i realiteten bærer det.

Medias ansvar

Professor Svein Brurås beskriver norsk presse som ansvarlig, og har tro på at norsk presse forsøker å begrense skadelig informasjon for barn. Brurås erkjenner at han er svært skeptisk til å pålegge norsk presse regler, men meddeler at det nå er tid for en debatt rundt dette.

«Mediene har et ansvar, først og fremst om å begrense skadelige publiseringer fra seg selv, men dernest å forklare sterke budskap som kommer både i redaktørstyrte og i andre medier. Jeg mener at dette er noe pressen prøver på i dag, men at vi må jobbe kontinuerlig for en ansvarlig presse. Man kan spørre seg om man da trenger regler når det gjelder hvordan pressen kan påvirke barn, eller om det vi trenger er en debatt? Med tanke på publisering i sosiale medier og hvordan det når barn på en helt ny måte og den påvirkningen det kan ha, tror jeg både lovgivere og presseetikken er kommet på etterskudd. Det vil derfor være grunnlag for å utfordre den holdningen som jeg selv, men også som jeg ser Norsk Presseforbundet og Norsk Redaktørforening, har med tanke på minst mulig føringer for en fri, norsk presse. Kanskje det er på tide med et prinsipp om at hensyn til publikum kommer sterkere inn i presseetikken, ikke bare hensyn til dem som er omtalt og direkte berørt» (Brurås, 2023).

Debatt og bevisstgjøring rundt redaktørstyrte mediers ansvar er noe Gunnar Kagge også støtter. Derimot er Kagge svært skeptisk til å åpne for flere regler i VVP, som vil resultere i utvidet mandat og ansvar for PFU. Kagge poengterer, som Brurås pekte på i punkt om ulike hensyn, at presseetikken er og skal være påvirkelig for kritikk.

«Dette er noe som ikke nødvendigvis er PFU sitt ansvar, men det frigjør ikke redaktørene for etiske vurderinger. Redaktører for eksempelvis aviser, er fullt og helt ansvarlig for måten en sak fremstilles i sosiale medier selv om det ikke står skrevet om det i VVP. Det er opp til de ansvarlige redaktørene å tenke på hvilke målgrupper de har, og hvilket moralsk ansvar det pålegger dem. Noe av det som vil være effektivt er

rett og slett offentlig debatt og bevisstgjøring om dette, og at medier som noen mener går for langt blir stilt til veggs. Redaktører liker ikke kritikk, har jeg lagt merke til. Personlig tenker jeg at det vil være andre måter å forme ansvaret enn involvering fra PFU, som først og fremst er der for å beskytte pressens troverdighet og de som omtales av pressen. Vi skal også være glade for at vi ikke har myndigheter som går inn og detaljregulerer hvordan medier henvender seg til ulike målgrupper, men det kan legges føringer. Aldersgrensen på sosiale medier er et forsøk på det, selv om de fleste elleveåringer utgir seg for å være 13 år. Da koker det ned til at foreldre har et stort ansvar» (Kagge, 2023).

Menneskerettsjurist Hanne Sophie Greve understreker at ytringsfriheten selvsagt skal stå sterkt. Samtidig mener Greve at norsk presse i større grad må utarbeide føringer for hvordan hensynet til barnekonvensjonen kan ivaretas, og dermed ta et større ansvar enn det kan se ut til at det gjøres i dag når det gjelder hvordan barn kan påvirkes av hva redaktørstyrte medier publiserer på sosiale medier. Dagens situasjon, beskriver Greve som paradoksal.

«I likhet med hvordan man er strafferettslig ansvarlig for å sende ut post, er media ansvarlige for hva de sender ut. Dagens lovverk henger derimot ikke med. Barnekonvensjonen er ikke helt konkret, men man skal ta hensyn til alder og utvikling. Det er det flere måter å gjøre på i journalistikken, og jeg tror ikke media har noe å tjene på å ikke gjøre det. Jeg mener også det er paradoksalt at redaktørstyrte medier går målrettet etter mindreårige, uten at det er retningslinjer for hvordan de skal gjøre dette. Om veien er å gå med lover sanksjonert med straff kan være et annet spørsmål, men i det minste må det til veldig klare retningslinjer for hva man tillater og ikke. Jeg tenker meg at vi må finne en form for regelsett som gir normer for hvordan redaktørstyrte medier også opptrer på sosiale medier. Har du et alternativt bilde som ikke er like sterkt, bruk heller det. Det er ikke nødvendig å vise henrettelse av en soldat, men det kan godt omtales» (Greve, 2023).

Også blant elevene er det dem som peker på pressen, på spørsmål om hvem som har ansvaret for hva barn kan lese om i sosiale medier.

«Jeg synes media har et ansvar. Det er de som publiserer» (Elev 8, Gutt, 2022).

Daglig leder i Barnevakten, Leif Gunnar Vik, er ikke i tvil om hvilke endringer han mener kreves for at media skal ta det han mener er sitt rettmessige ansvar i henhold til barnekonvensjonen.

«Redaktørene i de store mediehusene har et særlig ansvar for å tenke på de mest sårbare mottakerne av budskapene. De må være bevisst sitt ansvar om at barn skal tilegne seg informasjon uten å bli skadet eller få utfordringer av innholdet. Vær Varsom-plakaten trenger en oppjustering i lys av barnekonvensjonen. Dette særlig når media anvender plattformer som barn bruker, slik som Snapchat. Dette er gjort i norsk lovverk før, som da Barnevakten var med å kjempe gjennom vannskilleloven i lys av barnekonvensjonen, men nå er den loven utfordret av strømmetjenester og sosiale medier. Derfor må lovverket og presseetiske regler oppdateres» (Vik, 2022).

Skolens ansvar

Avdelingslederen ved ungdomsskolen viser til hvordan skolen har et ansvar om å lære barna medieforståelse og kildekritikk, men understreker at skolen må ha hjelp. Avdelingslederen verdsetter derfor at redaktørstyrte medier tar initiativ og ansvar.

«Skolen har et ansvar om å ruste elevene til å bli kildekritiske og samfunnsbevisste borgere, men vi kan ikke ta det ansvaret alene. Media har et ansvar i forhold til hva barn eksponeres for. De har mye brukerdata og vet hvem de når på for eksempel Snapchat. Det gir dem også et ansvar. NRK og TV 2 skole er gode tiltak for å hjelpe oss med dette. Her tar media et ansvar» (Ungdomsskoleavdelingsleder, 2022).

Videre viser avdelingslederen til hvordan skolens oppgaver stadig utvides, hvilket også gjør ham bekymret.

«Skolen har fått stadig mer ansvar for å bygge mennesker med omsorg, og for selve oppdragelsen til barn. I morgen har vi planleggingsdag og tema for det er selvmordsforebygging. I min tid i skolen har det vært to elever som har tatt selvmord. Vi står midt oppi det. Det er et tankekors at det er så mange ting vi skal kurses i som lærere. Et annet tankekors er at vi i den nye læreplanen har «Timen livet – folkehelse og livsmestring». Hva sier det om samfunnet og den utviklingen vi er en del av?» (Ungdomsskoleavdelingsleder, 2022)

Foreldres ansvar

VG og NRK uttaler at de tar det ansvaret de mener er rimelig, og viser videre til foreldres ansvar.

«Snapchat har en aldersgrense på 13 år, men vi vet at det er de som er yngre og likevel har det. Det er vanskelig for oss å ta de forbeholdene, og barn vil alltid få informasjon; De kan plukke opp en papiravis hjemme hos besteforeldrene sine. Men vi er bevisste på vårt ansvar, og tenker mye på hva som kan være skadelig for 13- eller 15-åringen» (Jørgensen, 2022).

«Foreldre må være sitt ansvar bevisst, for å vite hva slags apper barna får tilgang til, men vi i NRK må være bevisste på innholdet vi publiserer på appene. Vi vet godt at det er mange brukere på Snapchat og sosiale medier som er under aldersgrensen på 13 år. Åtteåringer blir også eksponert for vårt innhold, og det tar vi hensyn til, men vi har ikke de som hovedmålgruppe. Det er en balansegang om å treffe hovedgruppen på sosiale medier, uten at vi utsetter yngre brukere for noe de ikke bør oppleve» (Kristiansen, 2022).

Nina Bjerke forklarer på vegne av Medietilsynet at slik det norske regelverket er nå, blir det i hovedsak opp til foreldre å ta ansvar for barns medieeksponering. Som forelder og ansatt i Medietilsynet viser Bjerke til hvordan dette kan være et utfordrende ansvar.

«Norsk lovverk har satt en aldersgrense på 13 år for barns deltakelse på sosiale medier, men det er fra norske myndigheters side ikke satt aldersgrense på sosiale medier på grunn av innhold. Dette er på grunn av personvernsopplysninger. Det er ikke lov til å samle inn og bruke personopplysninger til barn under 13 år i Norge, uten samtykke fra foreldrene deres. Dette for at den som bruker tjenesten skal forstå hva en sier ja til når det kommer til deling av sine personlige data. Det er likevel lagt opp til at foreldre kan godkjenne dataavtalen på vegne av sine barn, dersom de mener barna er modne nok til å kunne bruke sosiale medier. Men ingen, inkludert meg selv som forelder, vil være den strenge forelderen som nekter barnet sitt Snapchat når alle andre i klassen har det. Det til tross for at man vet at barns modenhetsnivå er svært individuelt. Om barnet er blant få i klassen som ikke har Snapchat, kan det føre til ekskludering» (Bjerke, 2022).

Medietilsynet har derfor utviklet tre råd til foreldre, som også er å finne på Medietilsynets hjemmesider:

1. Vurder eget barns modenhet; foreldrene kjenner sitt eget barn best.
2. Diskutert med andre foreldre, eksempelvis i klassen, når det er greit å åpne opp for å opprette profiler på sosiale medier, og hvilke apper barna da skal få tilgang til.
3. Dersom barnet får opprette egen profil på sosiale medier; Snakk med barnet om hva det innebærer og hvilke utfordringer som kan oppstå. Om oppførsel på nett, hva barnet skal gjøres dersom han/hun kommer over skummelt eller vanskelig innhold, og hva en må tenke på før barnet deler bilder/videoer i forhold til personvern.

Daglig leder i Barnevakten, Leif Gunnar Vik, mener foreldre i dag har et urettmessig stort ansvar for barnas medieeksponering.

«Slik situasjonen er i dag, faller det meste av ansvaret på foreldre og skolen, og ikke alle har foreldre de kan snakke med. Derfor mener vi i Barnevakten det viktigste er å ruste både foreldre og de personer som møter barna fysisk hver dag, med kurs og rådgivning til å håndtere dette ansvaret slik at de kan lære barna kritisk tenkning og nettvett. Det ser nemlig ikke ut til at det vil komme politiske tiltak eller tiltak fra pressen selv, med det første» (Vik, 2022).

Barns ansvar

Av de tolv barna som medvirket i denne oppgaven er det tydelig at flere av dem opplever at de selv må ta det meste av ansvaret for hva de eksponeres for i sosiale medier, selv om flere av dem peker på at ansvaret også enten helt eller delvis bør ligge hos andre aktører.

«Foreldre har et ansvar, men det går ikke an for dem å skjerme oss barn fra alt. Media har et ansvar for det de legger ut, men det er også opp til enhver ungdom. Vi har ansvar for hva vi gjør på nettet» (Elev 3, Jente, 2022).

«Jeg vil si at alle har et ansvar, først og fremst foreldrene som oppdrar oss, men mamma har ikke vokst opp i en digital verden og skjønner ikke alt. Staten må passe på hva de gir ut til folket sitt. Men sosiale medier lager algoritmer sånn at vi blir avhengige og nyheter viser oss ting som kan virke spennende, og som vi da klikker på. Jeg har tatt mange begrensninger på min telefon og på mine småsøsken sine sosiale

medier. De er elleve år, og jeg vil ikke at de skal se sånt som jeg har sett og lest» (Elev 6, Jente, 2022).

«Jeg synes media har et ansvar for hva vi barn får med oss. Det er de som tar et valg om å sende ut informasjon. Da må de tenke på hvordan barn og unge kan bli påvirket av det. Samtidig har alle rett til å vite så mye som mulig, og ikke bli holdt hemmeligheter for. Men så er det ting som ikke er egnet for barn også. Jeg er mer en ung voksen. Jeg er 14 år og tåler det meste» (Elev 5, Jente, 2022).

«Alle har et ansvar. Foreldre og skolen har ansvar, og de som publiserer. Alle må passe på. Man har selv ansvar også, for hvis du vil kan du finne alt på internett, men du må tenke litt. Jeg har snakket med mamma om dette, for det har kommet skumle ting opp på min telefon også, men jeg vet at jeg ikke skal søke etter ting som kan være skummelt» (Elev 4, Jente, 2022).

Et samfunnsansvar

Barneskolerektoren viser til hvordan han selv ofte hører rop om flere teknologiske sperringer som kan hjelpe å begrense barns medieeksponering, men også hvordan han opplever at flere peker mot opplæring i skolen som et svar. Barneskolerektoren forteller om hvordan skolen forsøker å ansvar med både fysiske og pedagogiske tiltak, men viser til at det byr på stadig nye utfordringer og argumenterer derfor for et kollektivt ansvar.

«Skolen har eksperimentert med «mobilhotell», hvor alle mobiler ble samlet inn på starten av hver skoledag og tilbakelevert på slutten av dagen. Det gjør oss ansvarlige for elevenes telefoner, hvilket vi erfarte som problematisk. Det var en hendelse hvor boksen med alle mobiltelefoner falt ut av vinduet, og skolen da ble erstatningspliktig. Under pandemien ble dette også en kilde for smitte, og vi avvirket derfor praksisen. Dette vil ikke bli gjeninnført. Min personlige holdning er også at barn bør få frihet under ansvar. Jeg tror vi alle har et ansvar for å gjøre barna rustet. Jeg tenker det er så mye informasjon der ute, at barna må lære seg å håndtere det og skåne seg selv. Det er mye snakk om sperringer og filter på skolens maskiner og barnas enheter, men først og fremst må disse filtrene installeres i hodene på elevene. De må lære nettvett og de må vite hva de gjør hvis de støter på ubehageligheter. Da må de vite hvem de skal prate

med; om det er lærere, helsesykepleiere, foreldre eller jevnaldrende»
(Barneskolerektor, 2022).

Krisepsykolog Atle Dyregrov uttrykker empati for situasjonen både skolen og foreldre står i, og oppfordrer også til at samfunnet som helhet viser seg som mer ansvarlige.

«Hva barn eksponeres for er et fellesansvar; et samfunnsansvar for de ulike organisasjonene og institusjonene vi har. Så er det også et foreldreansvar. Foreldre må være interessert i hva barna tar inn gjennom media og ha diskusjon rundt det, men det er ikke så lett for dem å ha kontroll og det er ikke alltid barn sier dette selv. Derfor er det viktig å følge med om barnet har endret atferd. Jeg tenker også det er viktig at skolen og lærerne tar ansvar og formidler til barna hvor viktig det er å være kritiske, men dette er et kjempedilemma for vi ser hvor mange oppgaver som legges på lærerne. Det er klart at de ikke kan ta tak i alt, men det blir viktig for dem å snakke med barn særlig om nyheter og hendelser som preger lokalsamfunnet» (Dyregrov, 2023).

Psykolog Trond Edvard Haukedal mener den stadig økende medieeksponeringen vil gi utslag i at flere vil trenge hjelp fra helsevesenet, og er bekymret for om dette er et ansvar helsevesenet er rustet for å ta.

«Disse unge Snapchat-brukerne har fått mer informasjon og tenker «Hva gjør jeg nå?». Mange av dem har ikke forutsetning for å gjøre det rette eller bearbeide mye av den informasjonen de mottar. Har vi utviklet noe apparat for å hjelpe dem som kan reagere på sterke inntrykk de får fra redaktørstyrte medier i sosiale medier?» (Haukedal, 2022).

5.2 Diskusjon

Jeg vil i denne delen drøfte funnene fra den tematiske analysen opp mot teorien, for å kunne ta stilling til oppgavens problemstilling:

I henhold til Vær Varsom-plakaten: I hvilken grad tar redaktørstyrte medier hensyn til hvordan mindreårige kan bli påvirket ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier, og hvilket ansvar bør redaktørstyrte medier ta?

5.2.1 Diskusjon

Gjennom teori og innsamlet empiri har denne oppgaven forsøkt å finne ut om Vær Varsom-plakaten legger frem presseetiske retningslinjer for redaktørstyrte mediers publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier, når det gjelder hensyn til hvordan barn kan påvirkes. Norge har siden 1990 forpliktet seg til barnekonvensjonen som slår fast at barn har rett til informasjon, men også rett til å bli beskyttet mot skadelig informasjon. På bakgrunn av barnekonvensjonen ble det på starten av 2000-tallet nedfelt i juridisk lovverk at kringkastere i Norge, som TV 2 og NRK, må vente til klokken 21.00 med å kringkaste sterkt innhold, jamfør kringkastingsloven §2-6; på folkemunne referert til som vannskilleloven. Ett sentralt spørsmål gjennom denne oppgaven har dermed vært om disse forpliktelsene er noe VVP forholder seg til og pålegger norsk presse, i sin forlengelse av kringkasting til sosiale medier som Snapchat.

VVP 4.8 ber journalister vise hensyn til barn som omtales i en sak, mens VVP 4.2 legger føringer for markedsføring overfor barn. VVP 4.9 legger klare føringer for å vise varsomhet ved beskrivelser av selvmord. Av nevnte punkter i VVP kan det argumenteres for at det anerkjennes at journalistikk kan påvirke selv om man ikke er direkte omtalt, og at barn er mer påvirkelige enn voksne. Pressen oppfordres også til å vise hensyn ved VVP 4.6 og VVP 4.1, når det gjelder både barn og voksne som ofre eller pårørende i ulykker, barnevernssaker og kriminalsaker. Det står derimot ikke noe i VVP om å vise hensyn til hvordan slike saker kan oppfattes for personer som ikke er direkte omtalt, eller pårørende.

Professor Svein Brurås viser til at Vær Varsom-plakaten som utgangspunkt for norsk presseetikk er etablert for å unngå at journalistikken skal skade andre for mye og dels for å heve journalisters troverdighet og status (Brurås, 2010, s.92). Analysen i denne oppgaven viser imidlertid at en slik betegnelse ikke inkluderer hvordan barn kan ta skade av medieeksponering på sosiale medier.

I forbindelse med denne oppgaven presiserer Brurås hvordan presseetikken ikke er etablert med tanke på å skåne publikum, men omhandler 42 punkter for å skåne dem som er omtalt, og at minst mulig regler for pressen tyder på et velfungerende demokrati. Dermed faller også mange etiske spørsmål utenfor presseetikken og blir opp til journalister og redaktører å bedømme (Brurås, 2023).

Journalist i Aftenposten og medlem i PFU, Gunnar Kagge, er personlig av den oppfatning at det ikke foreligger noe mandat for PFU om å håndheve hvordan journalistikk fra redaktørstyrte medier, uavhengig av plattform, kan påvirke barn. Når det kommer til hvordan pressen henvender seg til barn, mener Kagge at det gjerne ser ut til å foreligge en blindsoner i presseetikken. En blindsoner som flere advokater blir overrasket over når de i møte med PFU opplever at det ikke bærer frem å argumentere med henvisning til barnekonvensjonen, kringkastingsloven eller menneskerettsloven, da disse ikke er inkorporert i VVP (Kagge, 2023).

Som analysen viser er det flere enn advokater som reagerer på dette. Menneskerettsjurist Hanne Sophie Greve er enig i at brudd på barnekonvensjonen skal føres for domstolene, men påpeker at «Redaktører og journalister ikke kan gi blaffen i konvensjoner, bare fordi det er et annet organ enn PFU som ser på det» (Greve, 2023). Greve viser til at det kan være et svakhetspunkt overfor vern av barn når pressen selv ikke har retningslinjer for det; Da det krever mer for at offentlige medier skal bli kritisert i rettsvesenet, enn i sitt eget interne organ for å ha publisert innhold som kan være til skade for barn (Greve, 2023). Greves argument synliggjør makten og effekten av at pressen har en så høy grad av selvjustis som foreligger i Norge i dag. Det fordrer gjerne at pressen selv er opptatt av noe, for at det skal skje endringer eller legges ned føringer. Eksempelvis har det de siste årene vært stort fokus på hvordan saker om diett og kroppsidealer kan føre til et negativt kroppspress for barn og unge. Saker om kroppspress er noe VG selv sier de aldri vil publisere på sosiale medier med hensyn til hvordan det kan påvirke barn (Jørgensen, 2022). Samme innstilling ser ikke ut til å inkludere andre temaer som krig, vold og naturkatastrofer. Dette er tema som barn selv rapporterer som skremmende, og som i tråd med tidligere forskning vises å være gjennomgående når man studerer hvilke type nyheter som utløser følelser av skrekk og frykt hos barn (Cantor & Nathanson, 1996).

Som analysen viser er det flere aktører som argumenterer for at barnekonvensjonen og vannskilleloven burde ha en større synlighet i norsk presseetikk, og mener at både lovverk og presseetikk henger bakpå i henhold til nevnte konvensjon og lovverk (Vik, 2022; Greve, 2023). Regjeringen har selv oppsummert sine forpliktelser i regi av barnekonvensjonen på egne hjemmesider, hvor det blant annet står skrevet at: «Staten skal sikre barn tilgang til informasjon fra et mangfold av nasjonale og internasjonale kilder. Staten skal oppmuntre massemedia og forleggere til å spre informasjon som skaper forståelse, kunnskap, sosiale ferdigheter og velvære, samt til å lage eget barnestoff. Staten skal beskytte barna mot skadelig informasjon» (Regjeringen, 2023).

Barnekonvensjonen spesifiserer ikke hva som er skadelig innhold for barn, men skisserer tydelig at man skal ta stilling til barnets modenhet og alder (Barnekonvensjonen, 1990). Kulturdepartementets utredning av 2021 konkluderte med at hva som er skadelig informasjon for barn, strides om både på tvers av miljø og landegrenser. Medieskadelighetsutvalget oppfordret dermed til tiltak rettet mot å styrke kunnskapsgrunnlag, koordinering og kommunikasjon (Regjeringen, 2022).

Forskning viser som nevnt at en rekke nyhetstemaer er gjennomgående når man studerer hvilke type nyheter som utløser følelser av skrekk og frykt hos barn: vold mellom fremmede, krig, hungersnød og naturkatastrofer. I hvilken grad barn får reaksjoner på innhold de har blitt eksponert for, avhenger blant annet av alder, egne erfaringer og i hvilken grad barnet selv identifiserer seg med og relaterer seg til hva som blir vist. Hendelser som barn anser mer realistisk at vil ramme dem selv, fremstår i takt med alder som mer skremmende (Cantor & Nathanson, 1996; Custers & Bulck, 2012; Dyregrov & Raundalen, 2011). Dette samsvarer med analysens funn, som blant annet viser hvordan flere barn omtaler nyheter fra krigen i Ukraina som skremmende og følgelig unngår å lese om barn som er rammet av krigen, samtidig som de etterspør informasjon om krigen vil komme til Norge.

Analysen beskriver hvordan krisepsykolog Atle Dyregrov viser til at særlig visuelt innhold kan gjøre sterkt inntrykk på barn, ettersom det visuelle kan brenne seg inn i hukommelsen og spontant komme frem som ubedte minner (Dyregrov, 2023). Dyregrov viser til hvordan hjernen spesielt ikke liker overraskelser, og at forberedelser i form av advarsler om sterke inntrykk har vist seg å utgjøre en forskjell i møte med sterkt innhold. En person vil da kunne få tid til å sette opp sitt mentale forsvar og skape avstand til innholdet. Derimot vites det ikke

om denne forsvarsmekanismen vil spille inn på samme måte for barn, da dette ikke ser ut til å være gjort studier på. Dyregrov påpeker også at forsvarsmekanismens effekt vil variere ut fra hvor mye man selv relaterer seg til innholdet: «Jo flere likhetspunkter det er mellom det vi ser og noe vi har opplevd, desto mer relaterer vi oss til det og jo mindre avstand greier vi å opprettholde» (Dyregrov, 2023).

I forskningssammenheng er selve effekten av advarsler omdiskutert, men Boysen og kollegaer (2021) viser at det det å få en advarsel i forkant av sensitivt innhold er både ønskelig og forsterker troen om at advarsler er nødvendig.

Som analysen viser etterspør flere av barna advarsler i forkant av innhold fra redaktørstyrte medier på Snapchat, og forteller om hvordan skremmende innhold fra nyheter har kommet brått på dem og for noen også har brent seg inn i hukommelsen (Elever, 2022). Ti av tolv barn oppgir at de bruker Snapchat daglig. For en av elevene har møte med skremmende innhold fra redaktørstyrte medier på Snapchat, ført til at hun ikke ønsker å bruke appen mer (Elev 6, Jente, 2022).

Som det fremgår av analysen, har PFU diskutert føringer for hjelpetelefonnummer eller det å advare om sterke inntrykk, men har ikke ansett dette som et etisk krav (Kagge, 2023).

Både Brurås (2023) og Kagge (2023) viser dog til at selv om noe ikke står nedfelt i VVP, fritas ikke journalister og redaktører fra å utøve presseetisk tenkning. Brurås oppfordrer journalister og redaktører spesifikt til skjønnsbasert og erfaringsbasert vurdering ved publisering (Brurås, 2023), noe han allerede etterlyste mer av for ti år siden. Brurås argumenterte nemlig allerede i 2013 for at det var tid for å utfordre den liberalistiske presseetikken, grunnet nye kommunikasjonsplattformer og en journalistikk som stadig var tettere på. Følgelig ville det være mer behov for journalister til å utøve skjønn i presseetiske spørsmål (Brurås, 2013, s. 108-111).

Av analysen, ser man hvordan Brurås viser til at selv om presseetikken kan fremstå rigid, er den påvirkelig for kritikk. Brurås forklarer dette med at pressen særlig på 1990-tallet ble kritisert for hensynsløs fremstilling i forbindelse med dekning av ulykker og rettssaker, og i de senere år har blitt snillere (Brurås, 2023). Det kan derimot settes spørsmålsteget ved om det skyldes at journalister og redaktører selv reflekterer mer rundt dette nå, eller om det skyldes at punkter som VVP 4.6 har kommet til.

Som analysen viser, er fotokrigsjournalist Pål Sørum Schaathun i TV 2 av en annen oppfatning enn Brurås. Han mener pressen har begynt å vise mer og sensurere mindre:

«For ti år siden opplevde jeg at TV 2 var veldig restriktive i å vise at det lå døde mennesker på bakken, men det gjør vi nå ukentlig i 21-nyhetene. Jeg tenker det er viktig for at folk skal forstå hvordan verden er» (Schaathun, 2023).

Sørum Schaathun understreker at sterke inntrykk er noe personer er nødt til å få et valg om å eksponeres for. Han mener derfor at det ikke bør vises svært sterke bilder på fronten av hjemmesiden, og at man i forkant av TV-innslag eller tidlig i nettsaker bør advare om hva som kommer (Schaathun, 2023).

Som analysen viser rapporterer de redaktørstyrte mediene at de følger VVP, og henviser i likhet med Brurås og Kagge til at det ikke legges føringer for at redaktørstyrte medier skal ta hensyn til hvordan barn kan bli påvirket av noen form for journalistikk publisert på sosiale medier. Både VG og NRK opplyser om at de tar hensyn til at det på Snapchat er et ungt publikum, og viser begge til tematikk og undersøkende prosjekter de har vurdert som uegnet for Snapchat. NRK unnlot eksempelvis å publisere et undersøkende prosjekt om sex på Snapchat (MacGregor, 2022). Analysen viser derimot at det er forskjeller i hvordan redaktører selv tenker om hensynet til hvordan barn kan påvirkes, og hvordan barn selv etterspør at redaktørstyrte medier skal ta hensyn (Jørgensen, 2022; Kristiansen, 2022; Elever, 2022).

Analysens funn viser hvordan mye av den offentlige debatten om sosiale medier først og fremst har omhandlet den skaden sosiale medier kan utgjøre overfor barn, men uten å gå inn på hvordan redaktørstyrte medier benytter sosiale medier (Brurås, 2023). Videre har den redaktørstyrte pressen også fått gehør hos styresmaktene, som i mai 2023 ble overlevert en rekke krav om å få tilbake den fulle redaksjonelle kontroll fra sosiale medier (Vedeler, 2023). I forskningssammenheng har derimot de negative effektene av medieeksponering barn kan oppleve fra redaktørstyrte medier, vært påpekt siden 1984 (Meyrowitz).

Som analysen viser er det en uttalt bekymring som også er støttet av forskning, for hvordan langvarig eksponering for sterke inntrykk gjennom media kan ha konsekvenser som avtagende nyhetsinteresse, samt empatiutmattelse og fremtidspessimisme. Følger kan også være at barndommen ikke bare blir mer bekymringsfull, men også fysisk kortere (Dyregrov,

2023). Både i teori og analyse advares det om hvordan flere barn trolig vil måtte søke hjelp fra helsevesenet, etter psykiske og fysiske reaksjoner på inntrykk de har fått gjennom medieeksponering (Ferrara, 2016; Haukedal, 2022). Dette er bekymringer og informasjon som basert på analysen ikke ser ut til å ha nådd frem til pressen selv, men av analysen fremgår det hvordan flere barn utviser det som kan tolkes som en viss grad av fremtids pessimisme, begreps- og realitetsforståelse som i tråd med Meyrowirz (1984) hadde vært helt uhørt bare for noen tiår siden. Det er tydelig av analysen at foreldres kontroll over og visshet om hva barn har blitt eksponert for, er ytterligere redusert etter sosiale mediers inntreden. Analyse og teori viser også hvordan dette er bekymringsfullt med tanke på hvem som skal hjelpe barn med å bearbeide inntrykk (Dyregrov, 2023; Ungdomsskoleavdelingslederen, 2022; Custers & Bulck, 2012; Dyregrov & Raundalen, 2011). Derimot trekkes konstruktiv og løsningsorientert journalistikk både i analysen og teori frem som et betydningsfullt virkemiddel, som trolig kan motvirke både fremtids pessimisme og empatiutmattelse, og aspirere til handling (Kleemans et al., 2017; Dyregrov, 2023).

Som vist i analysen beskriver VG og NRK flere insentiver for hvorfor de publiserer redaksjonelt innhold på Snapchat og andre sosiale medier, og beskriver hvordan dette også forutsetter ulike hensyn ved publisering av redaksjonelt innhold. I tråd med forskning fra Lee (2018), er hovedmålet å engasjere unge lesere som gjerne ikke forholder seg til redaktørstyrte medier på andre plattformer. Det begrunnes både med hensyn til økonomi og merkevarebygging, men også til samfunnsoppdraget om å gi informasjon til unge og være en motvekt til falske nyheter (Jørgensen, 2022; Kristiansen, 2022). Analysen viser hvordan VG og NRK utfordres av en svært hard konkurranse fra aktører som ikke forholder seg til presseetiske forpliktelser (Jørgensen, 2022; Kristiansen, 2022). Moe og kollegaer (2019) viser også til hvordan pressens samfunnsoppdrag om å bidra til å danne informerte og samfunnsengasjerte borgere, bør være et klart insentiv til at redaktørstyrte medier er på sosiale medier (Moe et.al, 2019, s.182). Som analysen viser, er de fleste aktører i all hovedsak positiv til at redaktørstyrte medier er på sosiale medier, men har ulike tanker om hvordan pressen uttrykker seg der (Vik, 2022; Barneskolerektoren, 2022). Som både teori og analyse viser, vil det å utebli fra sosiale medier som Snapchat og heller være bak betalingsmur på andre flater, føre til mindre gjennomslagskraft for journalistikken og eventuelt bidra til klasseforskjeller når det kommer til informasjon og kunnskap (Lorenz Speen et.al., 2019; Midtstigen, 2022).

Under koronapandemien viste Dyregrov og kollegaer (2020) hvordan barn og unge etterspurte informasjon som gjaldt deres bekymringer, og hvordan det å motta informasjon som man stolte på kunne være med å redusere angst. Det er dermed tydelig at redaktørstyrte mediers troverdighet er sentralt for å kunne ha en angstdempende effekt. Selv om Medietilsynets undersøkelse (2022) viser at det norske folk har høy tillit til medier, viser funn i analysen at det ikke nødvendigvis foreligger den samme troverdigheten til redaktørstyrte medier når de publiserer på sosiale medier. Flere elever uttrykker en skepsis til å lese nyheter på sosiale medier, men leser gjerne de samme redaktørstyrte mediene på deres hjemmesider (Elever, 2022).

Det å lære barn en kritisk medieforståelse er noe både skolen, Barnevakten og Medietilsynet alle oppgir at de jobber for. Funn fra analysen kan derimot tyde på at den ønskede kritiske medieforståelsen og kildekritikken kan ha gått over til at flere har en forventning om å bli lurt, eller at de skal tjenes penger på. Noen barn oppgir nemlig at de føler seg lurt av vinklinger og stiller spørsmål ved mediernes insentiv til å være på Snapchat (Elever, 2022).

Det at barn er så kritiske til sosiale medier, er kanskje ikke så merkelig når man ser til Medietilsynets undersøkelse av 2022. 72 prosent av alle mellom 13 og 18 år oppgir at de har sett en falsk nyhet på internett i løpet av det siste året, hvor halvparten oppgir sosiale medier som plattformen den falske nyheten er sett (Medietilsynet, 2022). Av analysen fremgår det at både VG og NRK i møte med den harde konkurransen på Snapchat tar bevisste grep, som interaktiv grafikk, for å bli bedre sett (Kristiansen, 2022; Jørgensen, 2022). At det er en kamp om oppmerksomhet viser analysen at også barna selv har registrert, hvor en opplevelse av overdreven vinkling, tittel- og bildebruk nevnes (Elever, 2022). Dette ser ut til å bidra til ytterligere skepsis overfor redaktørstyrte medier på Snapchat.

Hvilke hensyn redaktørene tar, kan gjerne sees opp mot brukergruppen de selv ønsker å nå. Av analysen fremgår det at VGs primære målgruppe er personer mellom 15 og 25 år (Jørgensen, 2022), mens NRK på Snapchat generelt ønsker å nå 17-åringen (MacGregor, 2022) og i forbindelse med undersøkende prosjekter særlig vil nå 25-åringen (Kristiansen, 2022). Det kan derimot se ut til at langt yngre barn eksponeres for innhold fra redaktørstyrte medier. Nitti prosent av norske barn mellom ni og 18 år bruker sosiale medier som Snapchat, TikTok og Instagram, som for dem har blitt blant de viktigste plattformene for å få med seg nyheter (Medietilsynet, 2022). Redaktørstyrte medier rapporterer også selv om å ha en god oversikt over hvor mange de når ut til og hvilken aldersgruppe. NRK viste til at 50-60 prosent

av deres lesere på Snapchat, er under 24 år (MacGregor, 2022). For VG er 70 prosent av dem de når ut til, under 25 år (Jørgensen, 2022). Det kan her argumenteres for at en slik bevissthet om hvem man når ut til, utløser et ansvar om å ta større hensyn til hva som publiseres med tanke på at mindreårige vil eksponeres for det.

Som analysen viser, var det blant elevene delte meninger om at det ble publisert nyheter på Snapchat. Noen påpekte at det var positivt for å få med seg nyheter, mens andre eksplisitt ba om å bli mer skjermet og/eller bli tatt større hensyn til. Et klart funn av analysen er at det ikke er samsvar med hvor hensynsfulle redaktører selv gir uttrykk for at de er, kontra hvordan barn selv og personer som arbeider tett på barn opplever redaktørstyrte medier som. Analysens funn samsvarer med tidligere teori om hvordan det både er ulike oppfatninger av hva skadelig innhold for barn er, men også hva skadelig innhold og vedvarende medieeksponering kan føre til (Kulturdepartementet, 2021; Dyregrov, 2023). Den positive og samfunnsnyttige mediepåvirkningen redaktørstyrte medier rapporterer at de ønsker å ha (Jørgensen, 2022; Kristiansen, 2022), ser av analysen ikke ut til å harmonere med hvordan aktører med bred kompetanse om barn og mediepåvirkning, eller barn selv, opplever den som (Barneskolerektoren, 2022; Haukedal, 2022; Vik, 2022; Elever, 2023).

Det kan argumenteres for at analysens funn dermed utløser et større ansvar for redaktørstyrte medier, til å ta hensyn til hvordan barn kan påvirkes av undersøkende journalistikk publisert på sosiale medier. Et argument som ytterligere styrkes av analysens videre funn om at barn selv opplever at det er de som må bære det meste av det reelle ansvaret for egen medieeksponering, i en tid hvor redaktørstyrte mediers muligheter for å nå ut til barn aldri har vært større.

Som analysen viser, kan det for noen fremstå paradoksalt hvordan det ikke kan foreligge felles presseetiske retningslinjer, når redaktørstyrte medier går målrettet inn for å favne oppmerksomheten til mindreårige «der de er» på sosiale medier som Snapchat (Greve, 2023). Til tross for en rådende liberalistisk presseetikk hvor det refereres til minst mulig regler overfor pressen som kjennetegn på et velfungerende demokrati (Brurås, 2023), mener også taktgivende stemmer i pressen som professor Brurås og PFU-medlem Gunnar Kagge, at det i det minste er tid for en bevisstgjøring og diskusjon rundt det som sistnevnte tyder på kan være en presseetisk blindsoner (Kagge, 2023): Redaktørstyrte mediers hensyn til hvordan journalistikk kan påvirke barn som ikke selv er omtalt, slik VVP i dag forutsetter at man må være for at det utløser et eksplisitt presseetisk hensyn.

5.2.1 Oppgavens begrensninger

En av oppgavens begrensninger er at ingen journalister bak prosjektet «Dukkemannen» er intervjuet. Dette begrenser innsikten til denne oppgaven, men er også uheldig i forhold til VVP 4.15 om mulighet for tilsvar dersom man utsettes for kritikk. Jeg vil her påpeke at jeg har gjort forsøk på å få intervju med journalistene bak prosjektet, men lyktes ikke. Jeg mener at denne oppgaven ikke strider med VVP 4.15 ettersom leder for sosiale medier i VG, Mathias Jørgensen, ble konfrontert med kritikk om hvordan det er personer som har reagert på hvordan «Dukkemannen» ble fremstilt på Snapchat. Jørgensens tanker om dette har fått komme til synet på vegne av VG i denne oppgaven.

En annen begrensning med denne oppgaven er at selv om den endrede informasjonsstrømmen og medieeksponeringen for barn har blitt påpekt og advart om siden 1980-tallet (Meyrowitz, 1984; Meyrowitz, 1985), har utviklingen vært drastisk de siste årene. Det gjør dagens generasjon av barn helt unik. Som vist i denne oppgaven gjennom teori og analyse (Ferrara, 2016; Dyregrov, 2023; Haukedal, 2022), vil derfor ikke konsekvensene av dette for dagens generasjon av barn vites for sikkert før om flere år. Da gjennom ny forskning.

I påvente av ny forskning på dette teamet mener jeg at denne oppgaven kommer med viktige innsikter, gjennom belyst teori og de mange viktige bidragsyterne som har stilt opp til kvalitative intervjuer.

Fremtidig forskning bør gjerne ha en smalere definisjon av undersøkende journalistikk, til tross for at det som denne oppgaven har vist kan være vanskelig å intervju barn og forvente at de skal ha en slik begrepsforståelse. Fremtidig forskning bør også undersøke hvordan barna selv vurderer medieeksponeringen i forhold til egen fysiske og psykiske helse, for å få en grundigere forståelse av hvordan redaktørstyrte medier kan påvirke barn ved publisering av både undersøkende og ordinær journalistikk på sosiale medier. Spørsmål om barnas helse var ikke noe denne oppgaven hadde søkt om tillatelse for, og følgelig dermed heller ikke stilte.

6.0 KONKLUSJON

Målet med oppgaven har vært å undersøke problemstillingen:

I henhold til Vær Varsom-plakaten; I hvilken grad tar redaktørstyrte medier hensyn til hvordan mindreårige kan bli påvirket ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier, og hvilket ansvar bør redaktørstyrte medier ta?

Som analysen viser er det i henhold til Vær Varsom-plakaten ingen presseetiske retningslinjer for hvordan redaktørstyrte medier skal ta hensyn til hvordan mindreårige kan bli påvirket av publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier, da dette faller utenfor VVP og Pressens Faglige Utvalg sitt mandat. Dermed er ikke barnekonvensjonen, som siden ratifisering i 1990 har forpliktet Norge til å skjerme barn fra skadelig informasjon, inkorporert i presseetiske retningslinjer. Det blir dermed opp til det enkelte redaktørstyrte mediet selv å bedømme dette hensynet og hvor tungtveiende det skal være i møte med andre, gjerne konkurrerende, hensyn. Økonomi og merkevarebygging, nyhetsinteresse og samfunnsrolle, demokratibyggning og motvekt til falske nyheter, er alle faktorer som i analysen har vist seg å bli tungt vektlagt av redaktører.

Av analysen fremgår det at redaktørstyrte medier opplever å ta hensyn de selv anser som rimelig å ta, til barn ved publisering av undersøkende journalistikk på sosiale medier. Redaktører nevner blant annet hvordan tema som sex og kroppspress tidligere er vurdert som uegnet for den aldersgruppen de når ut til på Snapchat. Derimot er det ikke nødvendigvis den samme bevisstheten og det samme hensynet til andre temaer som det av analysen kommer frem at barna påvirkes mer av, og opplever som mer skremmende; som blant annet krig, vold mellom fremmede, klimaendringer og naturkatastrofer.

Barnekonvensjonen definerer ikke hva som er skadelig informasjon for barn, men slår fast at det skal tas hensyn til barnets utvikling og modenhet. Ikke overraskende illustrerer denne analysen hvordan ulike aktører kan ha svært ulik oppfatning om hva som er skadelig informasjon for barn i mediesammenheng, og hvilke konsekvenser det kan få for barnet. Helt siden 1980-tallet har forskning pekt på hvordan medieeksponering i seg selv kan være skadelig for barn, og vist til foreldres stadig begrensede kontroll over hva barn eksponeres for. Som denne analysen viser, kan dette gi utslag blant annet i form av redsel, fremtidspessimisme og en forkortet barndom, men kan også føre til at barnet bevisst unngår å lese om eller å engasjere seg på vegne av enkelte sosiale problemer. Dette kan sies svært

problematisk for de redaktørstyrte mediens intensjon om å engasjere unge ved sin tilstedeværelse på sosiale medier, og særlig i en geopolitisk urolig tid som 2023.

Derimot ser det ikke ut til at aktører i pressen, har nødvendig søkelys på dette. I nyere tid har redaktørstyrte medier løftet frem debatten om hvordan sosiale medier kan være skadelig for barn. Det ser likevel ikke ut til at mediehusene selv har reflektert over hvordan de kan være part i problemet, i regi av å bruke sosiale medier for å nå ut til et ungt publikum. En mangel på bevissthet rundt og forståelse for dette, kan se ut til å få store konsekvenser både for barn og redaktørstyrte medier. Det er rimelig å hevde at redaktørstyrte medier bruker store ressurser for å nå gjennom i det de selv beskriver som en svært krevende konkurranse om oppmerksomhet på Snapchat og andre sosiale medier. Denne analysen viser derimot hvordan barn kan oppleve redaktørstyrte medier som mindre troverdige, mer pågående og mer skremmende på Snapchat, enn på de samme mediens hjemmesider og andre plattformer.

Som analysen viser er en større bruk av advarsler noe flere barn etterspør og som redaktørstyrte medier i større grad gjerne bør vurdere å benytte, da det har potensialet for å gi barn en større følelse av kontroll og mental forberedelse for innholdet. Effekten av dette er dog noe fremtidig forskning må bedømme. Konstruktiv og løsningsorientert journalistikk fremtrer i analysen som et viktig verktøy for å forhindre fremtidspessimisme og avmaktsfølelse hos barn. Konstruktiv språk- og bildebruk, gitt med begreper barn kan forstå, kan i henhold til denne oppgaven sies å være verdifullt for redaktørstyrte medier å ta i bruk.

Som analysen har vist er det å ta hensyn til hvordan barn kan påvirkes av innhold som redaktørstyrte medier publiserer på sosiale medier, opp til hver enkelt redaktør og journalist. Dette kan fremstå paradoksalt når man ved publisering på sosiale medier spesifikt henvender seg til barn og unge, som vist i denne oppgaven. Det kan fremstå bekymringsfullt hvordan medieeksponering kan ha store negative følger for barnet, men likevel i stor grad oppleves som primært barnets eget ansvar, slik analysen har vist. Dette grunnet foreldres manglende kontroll over barnets tilgang på informasjon. Avslutningsvis er det mulig at en innføring av følgende punkt i Vær Varsom-plakaten kan være fordelaktig for både barn og redaktørstyrte medier, samt vil være i bedre harmoni med barnekonvensjonen:

Ved publisering av journalistikk rettet mot, eller som kan særlig appellere til mindreårige i regi av tema eller publiseringsplattform, bør det tas hensyn til hvordan innholdet kan ha en negativ påvirkning på barn.

7.0 LITTERATURLISTE

- Antaki, C., Billig, M., Edwards, D., & Potter, J. (2002). Discourse analysis means doing analysis: A critique of six analytic shortcomings. *DAOL Discourse Analysis Online [Electronic Version]*, 1(1)
- Barbaro, M., Feldman, N., Zandie, M., Johnson, M. S., Tan, S., Georges, M., Taylor, D., Niemisto, R., Lozano, M., & Wood, C. (2023). *A sweeping plan to protect kids from social media*. The New York Times. Hentet fra: <https://www.nytimes.com/2023/03/27/podcasts/the-daily/social-media-instagram-tiktok-utah-ban.html> (Hørt 27.april 2023)
- Bellet, B. W., Jones, P. J., & McNally, R. J. (2018). Trigger warning: Empirical evidence ahead. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 61, 134–141. <https://doi.org/10.1016/j.jbtep.2018.07.002>
- Berger, R. (2015). Now I see it, now I don't: *Researcher's position and reflexivity in qualitative research*. *Qualitative research*, 15 (2), 219-234.
- Bergström, A., & Jervelycke Belfrage, M. (2018). News in Social Media. *Digital Journalism*, 6(5), 583–598. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>
- Boysen, G. A., Isaacs, R. A., Tretter, L., & Markowski, S. (2021). Trigger warning efficacy: The impact of warnings on affect, attitudes, and learning. *Scholarship of Teaching and Learning in Psychology*, 7(1), 39–52. <https://doi.org/10.1037/stl0000150>
- Brurås, S. (2010). Pressens rett eller publikums behov? Om presseetikken moralfilosofiske legitimering. I S. Brurås (Red.), *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. Kristiansand: IJ forlaget.
- Buggeland, S. A. (2023). *Nye Lesertall: VG Klart Størst, Men TV 2 øker Mest*. VG. Hentet fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/mQa36l/nye-lesertall-vg-klart-stoerst-men-tv-2-oeker-mest> (Lest 1.juni 2023)
- Bjerke, P. (2010). Samfunnsoppdraget – Fra forpliktelse til rettighet. Om pressens samfunnsoppdrag og presseetikk. I P. Bjerke (Red.), *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. Kristiansand: IJ forlaget.
- Boczkowski, P., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2017). *Incidental news: How young people consume news on social media*. ScholarSpace. Hentet fra: <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/items/922ba71b-203a-4538-8df8-257c3bab3c44> (Lest 3.juni 2023)
- Boyatzis, R. E. (1998). Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development. *Thousand Oaks, CA: Sage*
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in Psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3: 77-101

- Cantor, J., & Nathanson, A. I. (1996). Children's fright reactions to television news. *Journal of Communication*, 46(4), 139–152. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01510.x>
- Charles, A., Hare-Duke, L., Nudds, H., Franklin, D., Llewellyn-Beardsley, J., Rennick-Egglestone, S., Gust, O., Ng, F., Evans, E., Knox, E., Townsend, E., Yeo, C., & Slade, M. (2022a). Typology of content warnings and trigger warnings: Systematic review. *PLOS ONE*, 17(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0266722>
- Custers, K., & Van den Bulck, J. (2011). Clinical practice. *European Journal of Pediatrics*, 171(4). <https://doi.org/10.1007/s00431-011-1632-1>
- Dixon, S. (2023). *Global snapchat user age & gender distribution 2023*. Statista. Hentet fra: <https://www.statista.com/statistics/933948/snapchat-global-user-agedistribution/#:~:text=As%20of%20January%202023%2C%20one,between%2013%20and%2017%20years> (Lest 15.mai 2023)
- Dyregrov, A. (2006) *Sorg hos barn*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Dyregrov, A., Fjærestad, A., Gjestad, R., & Thimm, J. (2020). Young people's risk perception and experience in connection with covid-19. *Journal of Loss and Trauma*, 26(7), 597–610. <https://doi.org/10.1080/15325024.2020.1853974>
- Dyregrov, A., & Raundalen, M. (2011). *Hva skal vi si til barn om terroren på Utøya*. Klinikk for krisepsykologi. Hentet fra: <https://krisepsykologi.no/fagstoff/veiledere/terroren-pa-utoya/> (Lest 10.mai 2023)
- Dyregrov, A., Raundalen, M., & Yule, W. (2018). *What is terrorism?: A book to help parents, teachers and other grown-ups talk with Kids About Terror*. Jessica Kingsley Publishers.
- Dyregrov, A., Yule, W., & Olf, M. (2018). Children and natural disasters. *European Journal of Psychotraumatology*, 9(sup2). <https://doi.org/10.1080/20008198.2018.1500823>
- Dworznic, G. (2017). Personal and organizational predictors of compassion fatigue symptoms in local television journalists. *Journalism Practice*, 12(5). <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1338532>
- Eide, M., (1997). Popularisering som frisetting. *Tilfellet Verdens Gang*. *Norsk medietidsskrift*, 4(2), pp.25-37.
- Eide, M., (2009). *Journalistiske nyorienteringer*. I: Eide, M. (red). *Om Journalistiske nyorienteringer*. Oslo: Scandinavian Academic Press, s .9-40.
- Faktisk. (2023). *OM OSS*. Faktisk. Hentet fra: <https://www.faktisk.no/om-oss> (Lest 3.juni 2023)
- Fangen, K., (2015). Kvalitativ metode. *De nasjonale Forskningsetiske komiteene*.

- Ferrara, P., Corsello, G., Ianniello, F., Sbordone, A., Ehrich, J., & Pettoello-Mantovani, M. (2016). Impact of distressing media imagery on children. *The Journal of Pediatrics*, 174. <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2016.03.075>
- Hentet fra: <https://www.forskningsetikk.no/ressurser/fbib/metoder/kvalitativ-metode> (Lest 1.mai 2022)
- Grønmo, S. (2015). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. 2.utgave, Bergen: Fagbokforlaget.
- Hansen, T. (2023). *Stor usikkerhet om VVP 4.9*. Presse.no. Hentet fra: <https://presse.no/np-nyhet/stor-usikkerhet-om-vvp-4-9/> (Lest 3.juni 2023)
- Hjeltnes, G. (2005). *Et knippe populær suksess*. [online] Vg.no. Hentet fra: <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/A8845/et-knippe-populaer-suksess> (Lest 4.mai 2022).
- Holmaas, V. (2019). *Konstruktiv Journalistikk: Kritisk og Løysingsorientert*. Fagbokforlaget.
- Jansen, S. (2021). *Hva sier barnekonvensjonen om barn og medier?* Hentet fra: Barnevakten. <https://www.barnevakten.no/barnekonvensjonen-og-medier/> (Lest 1.juni 2023)
- Jordan, M. & Massad, M., (2014) Facilitating peer discourse to support third graders' comprehension of news. https://www.researchgate.net/publication/316363121_Facilitating_peer_discourse_to_support_third_graders%27_comprehension_of_the_news
- Justis- og beredskapsdepartementet. (2018). *Lov Om behandling av personopplysninger (personopplysningsloven)*. Lovdata. Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-15-38> (Lest 1.juni)
- Justis- og beredskapsdepartementet. (2005). *Lov Om Straff (straffeloven)*. Lovdata. Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2005-05-20-28> (Lest 1.juni 2023)
- Justis- og beredskapsdepartementet. (2010). *Kapittel 3. Vergemål for mindreårige*. Lovdata. Hentet fra: <https://lovdata.no/nav/lov/2010-03-26-9/kap3/%C2%A717#:~:text=Personer%20som%20ikke%20har%20fylt%2018%20%C3%A5r%2C%20er%20mindre%C3%A5rige> (Lest 1.juni 2023)
- Keib, K., Espina, C., Lee, Y.-I., Wojdynski, B. W., Choi, D., & Bang, H. (2017). Picture this: The influence of emotionally valenced images, on attention, selection, and sharing of Social Media News. *Media Psychology*, 21(2), 202–221. Hentet fra: <https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1378108> (Lest 1.juni 2023)
- Keller, B. (1994). *Kevin Carter, a Pulitzer winner for Sudan Photo, is dead at 33*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/1994/07/29/world/kevin-carter-a-pulitzer-winner-for-sudan-photo-is-dead-at-33.html>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Norway - DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal. Hentet fra: <https://datareportal.com/reports/digital-2023->

[norway#:~:text=Data%20published%20in%20Snap's%20advertising,the%20start%20of%20the%20year](#) (Lest 30.mai 2023)

- Kleemans, M., de Leeuw, R. N., Gerritsen, J., & Buijzen, M. (2017). Children's responses to negative news: The effects of constructive reporting in newspaper stories for children. *Journal of Communication*, *https://doi.org/10.1111/jcom.12324*
- Kleemans, M., Dohmen, R., Schlindwein, L. F., Tamboer, S. L., de Leeuw, R. N., & Buijzen, M. (2018). Children's cognitive responses to Constructive Television News. *Journalism*, *20*(4), 568–582. <https://doi.org/10.1177/1464884918770540>
- Kulturdepartementet. (2020). *Lov om Redaksjonell Uavhengighet og Ansvar I Redaktørstyrte Journalistiske Medier (medieansvarsloven)*. Lovdata. Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/LTI/lov/2020-05-29-59> (Lest 15.mai 2023)
- Kulturdepartementet. (2020). *Medieansvarsloven*. Regjeringen.no. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/medieansvarsloven/id2828447/> (Lest 15.mai 2023)
- Kulturdepartementet (2021) *Nou 2021: 3, Regjeringen.no*. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2021-3/id2838679/> (Lest 2.juni 2023).
- Kvalheim, N, (2016). *Kampen om publikums oppmerksomhet. Om VG, multiplattformpublisering og strategiske beslutninger*. (doktoravhandling). Bergen, Universitetet i Bergen.
- Lamb, M. E., Orbach, Y., Hershkowitz, I., Esplin, P. W., & Horowitz, D. (2007). A structured forensic interview protocol improves the quality and informativeness of investigative interviews with children: A review of research using the Nichd Investigative Interview Protocol. *Child Abuse & Neglect*, *31*(11–12), 1201–1231. <https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2007.03.021>
- Lapadat, J. C., & Lindsay, A. C. (1999). Transcription in Research and Practice: *From Standardization of Technique to Interpretive Positionings*. *Qualitative Inquiry*, *5* (1), 64-86.
- Lee, E.J., (2018). *Snapping Up Legacy Media: Using Theory of Affordances to Explain How News Outlets Behave on Snapchat*. (masteroppgave). Texas State University.
- Lorenz-Spreen, P., Mønsted, B., Hövel, P. & Lehmann, S. (2019). Accelerating dynamics of collective attention. *Nature Communications*, [online] *10*(1). Hentet fra: <https://www.nature.com/articles/s41467-019-09311-w> (Lest: 3.mai 2022).
- Lindblad, K.-E. (2016). *Brukte 26 mill. På "Nye Dagsrevyen", Men Unge Seere Rømmer flaggskipet - Tallene Har stupt 70 prosent siden 2001*. *dagbladet.no*. Hentet fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/brukte-26-mill-pa-nye-dagsrevyen-men-unge-seere-rommer-flaggskipet---tallene-har-stupt-70-prosent-siden-2001/63955493> (Lest 1.juni 2023)

- Ljone, F. (2023.). *Reelle Hensyn*. Store norske leksikon. Hentet fra: https://snl.no/reelle_hensyn (Lest 15.mai 2023)
- Kultur- og likestillingsdepartementet. (1992). *Lov om kringkasting og Audiovisuelle Bestillingstjenester (kringkastingsloven)*. Lovdata. Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1992-12-04-127> (Lest 30.mai 2023)
- Maybin, S. (2017). *Busting the attention span myth*. [online] BBC News. Hentet fra: <https://www.bbc.com/news/health-38896790> (Lest: 4.mai 2022).
- Kinnick, K. N., Krugman, D. M., & Cameron, G. T. (1996). Compassion Fatigue: Communication and Burnout toward Social Problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(3), 687–707. <https://doi.org/10.1177/107769909607300314>
- McIntyre, K. (2017). Solutions journalism. *The effects of including solution information in news stories about social problems Practice*, 13(1), <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1409647>
- McIntyre, K. & Sobel, M. (2018) Reconstructing Rwanda, *Journalism Studies*, 19:14, 2126-2147, DOI: [10.1080/1461670X.2017.1326834](https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1326834)
- Medietilsynet. (2021). Undersøkelse om kritisk medieforståelse i Den Norske Befolkningen. Hentet fra: <https://www.medietilsynet.no/globalassets/dokumenter/rapporter/2021-kritisk-medieforstaelse/210218-kmf-2020-delrapport-1-falske-nyheter.pdf> (Lest 3.juni 2023)
- Medietilsynet. (2022). Barn og medier 2022: Nyhetsbruk - Medietilsynet. Hentet fra: https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2022/resultatdokument_nyheter_barn_og_medier_oktober_2022.pdf (Lest 3.juni)
- Medietilsynet (2022) *Digitale dilemmaer – en undersøkelse om barns debut på mobil og sosiale medier*. Hentet fra: https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2022/230206_digitale-dilemmaer.pdf (Lest 2.juni 2023)
- Medietilsynet. (2022). *Mediemangfoldsrekneskapen 2022* - medietilsynet.no. https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/mediemangfoldsregnskap/230327_Bruksmangfald_2023.pdf (Lest 3.juni 2023)
- Mehrabian, A. (1981) *Silent messages: Implicit communication of emotions and attitudes*. Belmont, CA: Wadsworth (currently distributed by Albert Mehrabian,
- Meyrowitz, J. (1984). The Adultlike Child and the Childlike Adult: Socialization in an Electronic Age. *Daedalus*, 113(3), 19–48. <http://www.jstor.org/stable/20024926>
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.

- Moe, H., Hovden, J. F., Ytre-arne, B., Figenschou, T. U., Nærland, T. U., Sakariassen, H., & Thorbjørnsrud, K. (2019). *Informerte Borgere?: Offentlig Tilknytning, Mediebruk og Demokrati*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Moshiri, A. (2023). *Utah is first US state to limit teen social media access*. BBC News. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-65060733> (Lest 1.juni 2023)
- Moston, S. (1987). The suggestibility of children in interview studies. *First Language*, 7(19), 67–78. <https://doi.org/10.1177/014272378700701904>
- Munthe, K. (2023). *Snapchat Har lansert Nye Foreldreinnstillinger*. Barnevakten. Hentet fra: <https://www.barnevakten.no/snapchat-foreldreinnstillinger/> (Lest 1.juni 2023)
- Norsk Presseforbund. (2023). *Dette er PFU*. Hentet fra: <https://presse.no/pfu/dette-er-pfu/> (Lest 1.mai 2022)
- Norsk Presseforbund. (2021) *Vær Varsom-plakaten - Presse.no*. [online] Hentet fra: <https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten> (Lest: 7.mai 2022)
- Norsk Redaktørforening. (2021). *Redaktørplakaten*. Presse.no. Hentet fra: <https://presse.no/pfu/etiske-regler/redaktorplakaten/> (Lest 30.mai 2023)
- Overgaard, C. S. (2021). Constructive journalism in the face of a crisis: The effects of social media news updates about COVID-19. *Journalism Studies*, 22(14). <https://doi.org/10.1080/1461670x.2021.1971107>
- PFU. (2023). *Ditt søk GA 280 Treff*. Presse.no. https://presse.no/avansert-sok/?_sfm_sak_vvpl_punkt=5528
- Piyasil V, Ketumarn P, Prubrukarn R, Ularntinon S, Sitdhiraksa N, Pithayaratsathien N, Pariwatcharakul P, Lerthattasilp T, Chinajitphant N, Liamwanich K, Wadchareeudomkarn N, Sookatup J, Wanlieng T, Yongpitayapong C, Paveenchana P, Tasri L, Chaiyakun P, Sanguanpanich N. Post-traumatic stress disorder in children after the tsunami disaster in Thailand: a 5-year follow-up. *J Med Assoc Thai*. 2011 Aug;94 Suppl 3: S138-44. PMID: 22043767.
- Potter, J., & Hepburn, A. (2005). Qualitative interviews in psychology: Problems and possibilities. *Qualitative research in Psychology*, 2(4), 281-307.
- Regjeringen. (2000). *FNs konvensjon om barnets rettigheter*. [online] Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/barnekonvensjonen-kortversjon-norsk/id87582/> (Lest: 11.mai 2022).
- Regjeringen. (2022). *NOU 2021: 3*. [online] Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2021-3/id2838679/> (Lest 16.mai 2022)
- Roberts, J. (2021). Empathy cultivation through (pro)social media: A counter to Compassion Fatigue. *Journalism and Media*, 2(4). <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040047>

- Sagdahl, M. (2022). *Dydsetikk*. Store norske leksikon. Hentet fra: <https://snl.no/dydsetikk> (Lest 4.juni 2023)
- Schiro, E. C. (2022). *Norsk mediebarometer 2022*. SSB. <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/artikler/norsk-mediebarometer-2022>
- Slettebø, Å. (2012). *Forskningsetikk*. I B. S. Brinchmann (red.), Oslo: Gyldendahl Akademisk
- Smith, H. (2015, September 2). *Shocking images of drowned Syrian boy show tragic plight of refugees*. The Guardian. Henter fra: <https://www.theguardian.com/world/2015/sep/02/shocking-image-of-drowned-syrian-boy-shows-tragic-plight-of-refugees> (Lest 4.juni 2023)
- Snapchat. (2015). *Introducing Discover* (Online). Snapchat. Hentet fra: <https://www.snap.com/en-US/news/post/introducing-discover> (Lest 3.mai 2022)
- Sjue, F. (2010). En sportsdisiplin for de få heltene? Om hva undersøkende journalistikk er. I F. Sjue (Red.), *Undersøkende journalistikk – En innføring*. Kristiansand: IJ forlaget.
- Tranøy, K (2021.). *Ansvar – moralfilosofi*. Store norske leksikon. Hentet fra: <https://snl.no/ansvar - moralfilosofi> (Lest 30.mai 2023)
- Tønnessen, M. & Solerød, (2022), *Befolkningsutviklingen i verden, 2022. befolkning – Store norske leksikon*. [online] Store norske leksikon. Hentet fra: <https://snl.no/befolkning#:~:text=Verdens%20befolkning%20var%20ved%20utgangen,%C3%A5%20vokse%20fram%20mot%202100> (Lest 3.mai 2023).
- Vedeler, M. (2023). *Seks krav til tek-gigantene*. Presse.no. Hentet fra: <https://presse.no/ukategorisert/seks-krav-til-tek-gigantene/> (Lest 30.mai 2023).
- Velsand, M. (2023). *Medietilsynet Mener: Digitale Dilemmaer Kan Ikke løses av foreldre alene*. Medietilsynet. Hentet fra: <https://www.medietilsynet.no/nyheter/aktuelt/medietilsynet-mener-digitale-dilemmaer-kan-ikke-loses-av-foreldre-alene/#:~:text=I%20en%20ny%20rapport%20fra,at%20barna%20skal%20falle%20uten%20for> (Lest 1.juni 2023)
- Yadamsuren, B., & Heinström, J. (2011). Emotional reactions to incidental exposure to online news. *Information Research*, 16(3), –.
- Wells, G., Horwitz, J., & Seetharaman, D. (2021). *Facebook knows Instagram is toxic for teen girls, company documents show*. The Wall Street Journal. Hentet fra: <https://www.wsj.com/articles/facebook-knows-instagram-is-toxic-for-teen-girls-company-documents-show-11631620739> (Lest 3.juni 2023)
- Willig, C. (2013) *Introducing qualitative research in psychology*. McGraw-hill education (UK).

Wilson BJ. Media and children's aggression, fear, and altruism. *Future Child*. 2008 Spring;18(1):87-118. doi: 10.1353/foc.0.0005. PMID: 21338007.

Ôst, E. & Johansson, E. (2015). *Nyheter på 10 sekunder*. (eksamensoppgave).
Linneèuniversitetet

Østbye, H., Knapskog, K., Helland, K., & Larsen, L. O. (2007). *Metodebok for mediefag*.
(3.utg.) Bergen: Fagbokforlaget

Intervju

- Barneskolerektor (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- Bjerke, N. (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- Brurås, S. (2023) (E. Kronheim, Intervju)
- Dyregrov, A. (2023) (E. Kronheim, Intervju)
- Elever (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- Greve, H. (2023) (E. Kronheim, Intervju)
- Haukedal, T. (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- Jørgensen, M. (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- Kagge, G. (2023) (E. Kronheim, Intervju)
- Kristiansen, R. (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- MacGregor, L. (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- Midstigen, M. (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- Schaathun, P. (2023) (E. Kronheim, Intervju)
- Ungdomsskoleavdelingsleder (2022) (E. Kronheim, Intervju)
- Vik, L. (2022) (E. Kronheim, Intervju)

Vedlegg 1: Intervjuguide Barneskolerektoren & Ungdomsskoleavdelingslederen

1. Hva er skolens policy på telefoner?
2. Hvor utbredt er Snapchat på barneskolen?
3. Hva er ditt inntrykk av hvorfor elevene bruker Snapchat?
4. Byr bruk av telefoner eller Snapchat på utfordringer for skolen?
5. Hva tenker du om at redaktørstyrte medier er på Snapchat?
6. Leser elever nyheter på Snapchat?
7. Har skolen fått noen tilbakemeldinger fra elever eller lærere på grunn av innhold fra redaktørstyrte medier, og da primært på Snapchat?
8. Hvilket inntrykk har du av elevenes nyhetsinteresse og forståelse?
9. Hvem har et ansvar for hvilket innhold barna eksponeres for på Snapchat?
10. Hva tenker du at elevene bør skjermes for, og hva bør de vite?
11. Hvem har ansvar for medieeksponeringen til barn?

Vedlegg 2 Intervjuguide: Nina Bjerke

1. Hva tenker Medietilsynet om Snapchat?
2. Hva tenker Medietilsynet om at redaktørstyrte medier publiserer innhold på Snapchat?
3. Hva tenker Medietilsynet om barnekonvensjonen?
4. Får Medietilsynet henvendelser i forbindelse med sosiale medier, eller redaktørstyrte mediers bruk av dem?
5. Gir Medietilsynet noen råd til foreldre om barn og sosiale medier, eller barn og nyheter?
6. Hva skal barn vite, og hva skal barn skjermes for?
7. Hvem har ansvar for barns medieeksponering?

Vedlegg 3 Intervjuguide: Svein Harald Brurås

1. Hvorfor har vi presseetikk, og for hvem?
2. Er det noe i presseetikken som tilsier at redaktørstyrte medier skal ta hensyn til hvordan det man publiserer kan påvirke barn og unge?
3. VVP 4.1?
«Legg vekt på saklighet og omtanke i innhold og presentasjon.»
4. Hvorfor er det ikke mer i presseetikken som pålegger redaktørstyrte medier til å ta hensyn til hvordan mindreårige påvirkes, når vi blant annet har barnekonvensjonen og kringkastingsloven, samt forskning som viser hvordan barn kan negativt påvirkes?
5. Blir det i dag varierende i hvilken grad man tar hensyn som et redaktørstyrt mediet? Trenger vi felles kjøreregler?
6. Har vannskilleloven i dag noen effekt? Brydde vi oss mer om å skjerme barn før?
7. Flere redaktørstyrte medier nevner muligheten til å nå ut til et ungt publikum som insentiv for å publisere på sosiale medier. Når de går målrettet mot unge, bør de da ta ekstra hensyn?
8. Opplever du at det har vært noen utvikling i hvor sterke inntrykk norsk presse publiserer?
9. Flere redaktører opplyser at det er en hardere konkurranse om oppmerksomheten på sosiale medier, hvor de konkurrerer mot aktører som ikke forholder seg til presseetikk?
10. Forskning viser at barn ofte trenger hjelp til å forstå sterke inntrykk. Skoler og foreldre opplever at de har et stort ansvar når det gjelder hva barn eksponeres for. Hva tenker du om det?
11. Vi lever i en tid hvor informasjon, også fra redaktørstyrte medier, aldri har vært mer tilgjengelig for oss. Hva tenker du om det?
12. Hvordan tror du fremtiden blir? Spår du noen endringer?

Intervjuguide 4: Jørgensen, Kristiansen & MacGregor

1. Hvorfor er VG/NRK på Snapchat?
2. Har Snapchat gitt resultater?
3. Hvem er målgruppen?
4. Hvordan er konkurransen på Snapchat?
5. Hva tenker dere om det etiske ved at det er svært mange unge barn på Snapchat?
6. Hva tenker VG/NRK om sosiale medier som plattform for å publisere undersøkende journalistikk? Må dere ta noen hensyn da?
7. Hva tenker VG/NRK om barns nyhetsinteresse?
8. Hva tenker VG/NRK om barns bruk av sosiale medier?
9. Hvilke hensyn tar VG/NRK på Snapchat?
10. Hvilke hensyn tar VG/NRK overfor barn?
11. Er det noe dere ikke kan skrive om med hensyn til barn? Hvorfor/hvorfor ikke?
12. Hvilke tilbakemeldinger får dere fra deres lesere?
13. Hvem har ansvar for hva barn eksponeres for?

Intervjuguide 5: Hanne Sophie Greve

1. Hva er ditt inntrykk av barnekonvensjonen?
2. Hvordan skal man tolke barnekonvensjonen og hvem skal håndheve den?
3. Hva tenker du om barnekonvensjonen sett opp mot Ytringsfriheten?
4. Hva tenker du om hvordan norske, redaktørstyrte medier bruker sosiale medier?
5. Hvordan må redaktørstyrte medier vise hensyn til barn?
6. Hvem har ansvar for barns medieeksponering?

Intervjuguide 6: Krisepsykolog Atle Dyregrov

1. Aldri før har så mange konflikter blitt rapportert om i samtid og vært så tilgjengelig for oss. Hva kan konsekvensene bli av det?
2. Hvem er du mest bekymret for at utsettes for sterke inntrykk, og hvorfor?
3. Er det ord eller bilder som gjør mest inntrykk?
4. Tidligere har du sammenlignet det bombardementet av inntrykk vi opplever i dag, med eksponeringsterapi. Kan du forklare det?
5. Du har helt siden 1982 skrevet om utbrenthet blant hjelpere. Hvem kan rammes av empatiutmattelse eller utbrenthet?
6. Hvordan kan man unngå det?
7. Hvordan bidrar medier positivt eller negativt til dette?
8. Hvorfor er det viktig å bry seg?
9. Hvordan har du opplevd media i kriser du har jobbet tett på?
10. Du har skrevet mye om hvordan man snakker med barn og unge om vanskelige hendelser. Kan du si litt om det? Hva skal barn vite om verden, og hva skal de skjermes for?
11. Hva bør medier tenke på når man lager journalistikk om sterke tema, som blir tilgjengelig for barn?
12. Det er vanskelig for foreldre å ha kontroll over hva barn eksponeres for og ikke, hva tenker du om det?
13. Hvem har ansvar for hva barn eksponeres for?

Intervjuguide 7: Elevene

1. Har du Snapchat?
2. Hvor ofte bruker du Snapchat?
3. Hvorfor bruker du det?
4. Er foreldrene dine involvert?
5. Hva synes du om at media bruker Snapchat?
6. Leser du nyheter på Snapchat?
7. Får du med deg nyheter fra noe annet sted enn Snapchat?
8. Hva synes du er greit eller ikke greit at media publiserer på Snapchat?
9. Er det noen nyheter som har virket skremmende?
Hvis ja:
10. Hvor så du de?
11. Hva gjorde du da?
12. Snakket du med noen om det?
13. Er det noe barn ikke burde se eller vite noe om?
14. Hvem tenker du er ansvarlig for informasjon som kommer ut Snapchat?

Vedlegg 8 Intervjuguide: Trond Edvard Haukedal (Haukedal var kjent med prosjektet «Dukkemannen» i forkant)

1. Hva tenker du om at redaktørstyrte medier bruker sosiale medier?
2. Hva tenker du om de redaktørstyrte mediers uttrykk i sosiale medier?
3. Hva er viktig i samtale med barn? Hva bør media tenke på?
4. Hva tenker du om hvordan VG fremstilte «Dukkemannen» på Snapchat?
5. Hva tenker du om redaktørstyrte mediers bildebruk?
6. Hva tenker om redaktørstyrte mediers hensyn til barn?
7. Hva bør barn skjermes for, og hva bør de få se eller lese om?
8. Hva med sterke inntrykk?
9. Hvem har ansvar for barns medieeksponering?

Vedlegg 9 Intervjuguide: Gunnar Kagge

1. Hva sier Vær Varsom-plakaten om å vise hensyn til barn?
2. Hva menes med 4.1?
3. Har PFU fått klager på eller behandlet klager som går på hvordan mindreårige kan bli påvirket av hva journalister publiserer?
4. Har PFU tanker om det om det å vise hensyn til barn?
5. Hvordan stiller VVP seg til vannskilleloven/kringkastingsloven og barnekonvensjonen?
6. I dag rapporterer skolen at de har mye av ansvaret for hva barn opplever og hvordan de tolker det de møter på sosiale medier. Hvem bør ta ansvar for det?
7. Bør redaktørstyrte medier selv ta noe ansvar?
8. Burde VVP ha et punkt som går spesifikt på hvordan mindreårige kan bli påvirket av innhold som publiseres av redaktørstyrte medier på sosiale medier?

Vedlegg 10 Intervjuguide: Marit Midtstigen

1. Er Aftenposten på Snapchat? Hvorfor/hvorfor ikke?
2. Hva tenker Aftenposten junior om sosiale medier?
3. Hva tenker du om barns nyhetsinteresse?
4. Hva tenker du om barns bruk av sosiale medier?
5. Hvordan tenker dere når dere henvender dere til barn?
6. Er det noe dere ikke kan skrive om med hensyn til barn? Hvorfor/hvorfor ikke?
7. Hvilke tilbakemeldinger får dere fra deres lesere?

Vedlegg 11 Intervjuguide: Pål Sørum Schaathun

1. Hva tenker du om redaktørstyrte mediers uttrykk i sosiale medier?
2. Hva tenker du om redaktørstyrte mediers bildebruk?
3. Hva tenker om redaktørstyrte mediers hensyn til barn?
4. Hva bør barn skjermes for, og hva bør de få se eller lese om?
5. Hva tenker du om din egen mediebruk? Oppsøker du nyheter?
6. Hva med sterke inntrykk?
7. Hvem har ansvar for barns medieeksponering?

Vedlegg 12 Intervjuguide: Leif Gunnar Vik

1. Kan du fortelle litt om Barnevaktens arbeid?
2. Hva tenker dere om barns nyhetsinteresse?
3. Hva tenker dere om barns mediebruk?
4. Hva tenker dere om at redaktørstyrte medier er på Snapchat, og hva kan fordeler og ulemper av dette være?
5. Hva tenker Barnevakten om vannskilleloven slik den står i dag?
6. Hvem har ansvar for barns medieeksponering?