

FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

«Sharenting» – til barnets beste?

Personvern og kritisk medieforståelse knyttet til foreldres deling av egne barn i sosiale medier

Clara Julia Reich, Live Bøyum, Helene Fiane Teigen og Kamilla Knutsen Steinnes

OSLO METROPOLITAN UNIVERSITY
STORBYUNIVERSITETET



© Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
SIFO-Rapport 9 – 2023

Forsidefoto: Ketut Subiyanto/Pexels

Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
Stensberggt. 26 – 7. etg.
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.oslomet.no/om/sifo

Forbruksforskningsinstituttet SIFO utgir:

- Rapporter – som er kvalitetssikret og godkjennes av SIFO ved direktør/forskningsledere
- Notater – som godkjennes av prosjektleder.

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

STORBYUNIVERSITETET
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Tittel «Sharenting» – til barnets beste? Personvern og kritisk medieforståelse knyttet til foreldres deling av egne barn i sosiale medier	Antall sider 89	Dato 01.09.2023
Title Sharenting – the children's best interest? Privacy and critical media understanding tied to guardians exposing of their children on social media	ISBN 978-82-7063-560-3	
Forfatter(e) Clara Julia Reich, Live Bøyum, Helene Fiane Teigen og Kamilla Knutsen Steinnes	Prosjektnummer 203153	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver Medietilsynet – støtte til medieforskning (RAM midler)		
Sammendrag Denne rapporten handler om sharenting - foresattes deling av innhold om barna sine på sosiale medier - i en norsk kontekst. Formålet med rapporten er å kartlegge hvordan deling foregår og å øke forståelse for foresattes vurdering av risiko og motivasjoner samt barn og unges erfaringer og perspektiv rundt sharenting. Det ble også samlet inn forslag om mulige tiltak og reguleringer for å bedre styrke barn og unges rettigheter. Metodisk ble det gjennomført tre fokusgrupper med deltakere som bor ulike steder i Norge; (1) ti barn i alderen 9-12, (2) syv ungdommer i alderen 13-18 og (3) ni foresatte i alderen 34-57. Det ble også gjennomført en fysisk workshop i Oslo med fem foreldre som hadde med hvert sitt barn. Hovedfunnene fra rapporten viser at foresattes motivasjon til sharenting ofte er for å holde kontakt med venner og familie, markere anledninger og for å skape minner. Risikoer er ofte knyttet til tap av kontroll og bekymringer rundt negative konsekvenser som mobbing og kriminelle handlinger. Det finnes generasjonsforskjeller mellom foresatte og deres barn når det gjelder vurdering av hva «bra» innhold er. Barn og unge ønsker medbestemmelse når det gjelder hva foresatte deler om dem fra tidlig alder for å få kontroll over sine digitale identiteter. Deltakerne ser et behov for å styrke den digitale kompetansen knyttet til deling på nett hos foresatte og unge, og ønsker regulering av influencer-sharenting.		
Summary This report is about sharenting in a Norwegian context. Sharenting derives from the words sharing and parenting and is about guardians who share content about their children on social media. This report aims to map how sharing is practiced and to understand guardians' risk assessment and motivations as well as young peoples' experience with and perspective on sharenting. Further, suggestions on potential measures and regulations to better strengthen young people's rights were collected. Methodologically, three focus groups with participants from various parts of Norway were conducted; (1) a focus group with ten children aged 9-12; (2) a focus group with seven youth aged 13-18; and (3) a focus group with nine guardians aged 34-57. In addition, an in-person workshop was conducted where five parents with their children participated in Oslo. The main findings from this report are that guardians' motivations for sharing are to mark special occasions, to keep in touch with friends and families, and to create memories. Risks are often tied to loss of control and concerns regarding potential negative consequences such as mobbing or criminal activities. There are generational differences between guardians and their children regarding what "good" content is. Young people wish to engage and consent when their guardians share about them starting from a young age to gain control over their digital identities. The participants voiced a need to strengthen guardians and young people's digital competences especially regarding sharenting. They also suggest a regulation of influencer-sharenting.		
Stikkord Sharenting, barn og unge, foresatte, sosiale medier, personvern, deling av innhold		
Keywords Sharenting, young people, guardians, social media platforms, privacy sharing av content		

Forord

Rapporten gir en oversikt over barn, unge og foresattes perspektiver på foresattes deling av informasjon om barna sine i sosiale medier (sharenting) — i en norsk kontekst. I likhet med andre land er sharenting et utbredt fenomen i Norge. Norge ligger i toppen når det gjelder foresatte som deler innhold om barna sine uten deres tillatelse. Ifølge Unicef, vil norske barn i gjennomsnitt ha 1165 bilder av seg selv på internett innen de er 12 år gamle. Rapportens formål er å bidra med kunnskap om sharenting fenomenet og den tar for seg motivasjoner, risikovurderinger, kritisk medieforståelse og drøfter mulige tiltak.

Medietilsynet muliggjorde prosjektet gjennom midler fra kritisk medieforskning (RAM). Prosjektet er gjennomført av Clara Julia Reich (prosjektleder), Live Bøyum, Helene Fiane Teigen og Kamilla Knutsen Steinnes, alle tilknyttet Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved OsloMet.

Vi ønsker å takke Medietilsynet for oppdraget og interessen rundt dette temaet. Vi ønsker også å takke Karina Wethal for gode innspill i en tidlig fase av prosjektet, og Silje Elisabeth Skuland og forskningsgruppen Forbrukerpolitikk og -økonomi ved SIFO for verdifulle innspill.

Forskningsleder Torvald Tangeland har kvalitetssikret rapporten.

Oslo, september 2023

Forbruksforskningsinstituttet SIFO

OsloMet – storbyuniversitetet

Innhold

Forord	2
Sammendrag.....	6
Summary.....	9
1. Innledning.....	12
1.1 Sharenting i en norsk kontekst	13
1.2 Juridisk kontekst.....	14
1.3 Behov for kunnskap.....	14
1.4 Forskningsspørsmål	15
1.5 Struktur	15
2. Litteraturgjennomgang	16
2.1 Hva er sharenting?	16
2.2 Sharenting fra foresattes perspektiv	17
2.2.1 Hvem deler?	18
2.2.2 Hvorfor deler foresatte om barna sine?	18
2.2.3 Hva deler foresatte?	19
2.2.4 Foresattes kritiske medieforståelse.....	19
2.2.5 Foresatte som influensere	20
2.2.6 Digital oppdragelse	22
2.3 Barn og unges perspektiv.....	22
2.4 Mulige negative konsekvenser	23
2.4.1 Implikasjoner for personvern.....	23
2.4.2 Andre risikoer: kriminelle handlinger	24
2.4.3 Foresatte-barn forhold	24
2.5 Politisk interesse for sharenting i Norge og internasjonalt	25
2.6 Oppsummering og kunnskapshull	27
3. Metode	29
3.1 Utvalget og etiske vurderinger.....	29
3.2 Datainnsamling	31
3.2.1 Fokusgruppene.....	31
3.2.2 Workshop	32
3.3 Analyse av dataene.....	33
4. Analyse og diskusjon	34
4.1 Foresattes delingspraksiser.....	34
4.2 Motivasjoner for deling	35

4.2.1	Minneskaping	35
4.2.2	Sosiale forhold og kontakt.....	36
4.2.3	Fremvisning av barna	37
4.2.4	Betydningen av tilbakemelding	39
4.2.5	Oppsummering	40
4.3	Samtykke – hva er greit å dele?	41
4.3.1	Betydningen av samtykke	41
4.3.2	Involvering av barnet	45
4.3.3	Vurderinger rundt deling	47
4.3.4	Oppsummering	49
4.4	Risiko: Tap av kontroll og personvernsproblematikk.....	49
4.4.1	Plattformenes tekniske funksjoner og prosedyrer.....	50
4.4.2	Mobbing.....	51
4.4.3	Kriminelle handlinger: kidnapping, overgrepsmateriale og «deepfakes»	52
4.4.4	Fremtidig misbruk	53
4.4.5	Oppsummering	54
4.5	Kritisk medieforståelse	54
4.5.1	Hvordan begrense hvem som ser innholdet?.....	55
4.5.2	Slette innhold på sosiale medier	55
4.5.3	Lagring av innhold på sosiale medier	57
4.5.4	Hjelp hvis innhold kommer på avveie.....	57
4.5.5	Hva er greit å dele og ikke juridisk	58
4.5.6	Oppfatning av den andres kompetanse (barn, unge og foresatte).....	59
4.5.7	Oppsummering	60
4.6	Influensere	60
4.6.1	Deltakers refleksjoner rundt influenser-sharenting	60
4.6.2	Risiko for barn av influensere.....	62
4.6.3	Barn av influensere og reklame	64
4.6.4	Oppsummering	64
5.	Overordnet diskusjon.....	66
5.1	Studiens bidrag til forskning på sharenting.....	66
5.2	Identitetskonflikter mellom barn, unge og foresatte.....	67
5.3	Maktperspektiv	70
5.3.1	Ansvar, agens og medbestemmelse	70
5.3.2	Kommersielle aspekter og makt.....	73

5.4	Tiltak	74
5.4.1	Barn og unges tips og ønsker rundt sharenting.....	74
5.4.2	Kompetansebygging	75
5.4.3	Skolen som kompetansebyggende arena	75
5.4.4	Regulering av influensere	76
5.4.5	Sharenting - veileder.....	77
6.	Konklusjon	79
6.1	Fremtidig forskning.....	81
	Litteratur	83
	Vedlegg	90
	Vedlegg 1: Semistrukturert intervjuguide til fokusgruppene med barn og unge.....	90
	Vedlegg 2: Semistrukturert intervjuguide til fokusgruppen med foresatte.....	96

Sammendrag

Sharenting – foresattes deling av innhold om barna sine i sosiale medier – er et utbredt fenomen både internasjonalt og i Norge (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Marasli et al., 2016; Medietilsynet, 2020; Sarkadi et al., 2020; Smahel et al., 2020). Innholdet som deles kan variere fra bilder til videoer og tekst, og bidrar til å skape digitale identiteter. Til tross for at mange foresatte deler innhold om barna sine i sosiale medier finnes det lite forskning på dette i en norsk kontekst. Mer forskning blir etterlyst i flere studier som undersøker sharenting i Norge (se for eksempel Bhroin et al., 2022). Ifølge Ouvrein og Verswijvel (2019) mangler det også forskning på barn og unges perspektiv på sharenting i studiene.

Formålet med denne rapporten er å kartlegge foresattes sharenting-praksiser i Norge både fra foresattes, og barn og unges perspektiv. Rapporten setter søkelys på hvordan delingen foregår, og foresattes motivasjoner og risikovurderinger rundt sharenting. Videre blir barn og unges erfaringer og opplevelser med sharenting undersøkt, hvordan de vurderer risikoen rundt sharenting og hvorvidt og eventuelt hvordan de ønsker å påvirke sine foresattes delingspraksiser. Foresattes og barn og unges forslag til tiltak og reguleringer for å bedre ivareta barn og unges rettigheter og behov er også undersøkt.

Metodisk ble det gjennomført en kvalitativ undersøkelse med tre fokusgrupper; (1) ti barn i alderen 9-12, (2) syv ungdommer i alderen 13-18 og (3) ni foresatte i alderen 34-57. Under fokusgruppene ble det brukt bilder for å stimulere samtale om influensere som deler om barna sine. Deretter ble det gjennomført en fysisk workshop i Oslo med fem foreldre mellom 39-57 år som hadde med hvert sitt barn i alderen 10-17. Under workshopen ble det presentert ulike scenarier som deltakerne skulle sette seg inn i. De 36 deltakerne ble rekruttert gjennom byrået Norstat for å sikre geografisk spredning og aldersspredning i fokusgruppene og en kjønnsbalanse. Prosjektet ble godkjent av SIKT og alle deltakere (og foresatte for unge under 16 år) ga sitt samtykke til deltakelse.

Hovedfunn fra fokusgruppene og workshopen kan deles inn i funn knyttet til foresattes delingspraksiser, unges perspektiv, influenser-sharenting, kritisk medieforståelse som omfatter spenninger mellom foresatte og barn og identitetskonflikter. Rapporten omfatter også forslag til tiltak og fremtidig forskning.

Foresattes delingspraksiser. Dataene viser at sharenting er vanlig blant foresatte i Norge og har forandret seg over tid med både den teknologiske utviklingen og i takt med samfunnet. I vår undersøkelse viste det seg at foresatte deler i ulik grad, men hovedsakelig på Facebook, Instagram og Snapchat med familie og venner. Det ble trukket frem at foresatte deler særlig i forbindelse med spesielle anledninger som for eksempel bursdager og det er noen som deler små glimt fra hverdagen. Motivasjonene for deling blant foresatte er å skape minner i form av digitale fotoalbum, å holde kontakt med venner og familie og for å vise frem og skryte av barna sine. Deltakerne er bekymret for tap av kontroll og mulige negative konsekvenser dersom innhold kommer på avveie. Dette omfatter risiko for mobbing

dersom jevnaldrende får tak i uheldig innhold, men også risiko for kriminelle handlinger som hacking, kidnapping, deepfakes¹ og overgrepsmateriale.

Unges perspektiv. Barn og unge ønsker medbestemmelse når det gjelder deling av innhold om dem på nettet. Unge i studien understreker at de ønsker at foresatte spør om lov og forteller hva, hvor og med hvem de foresatte ønsker å dele innhold. Barn og unge i studien ønsket seg at foresatte spurte om samtykke fra tidlig alder og respekterte deres grenser. Deltakerne i studien forklarte at det kan være positivt at foresatte deler om barna sine for å markere spesielle anledninger som for eksempel bursdager og konfirmasjon. Derimot ønsket barna og ungdommer at foresatte ikke deler for mye av deres hverdag. Barn og unge var bekymret for å miste kontroll over sin digitale identitet og mulige konsekvenser det kunne ha dersom innhold kom på avveie for deres fremtid. På grunn av risikoen for spredning ønsket barn og unge seg å at foresatte skulle få samtykke og heller deler i private grupper for å minske risikoen. Ungdommer og barna hevdet at de ikke ønsket å bli fremstilt i sårbare situasjoner som lettkledd, syk eller i situasjoner som de oppfattet som uheldige som for eksempel usminket ved frokostbordet på hytta.

Influenser-sharenting omfatter influensere som deler innhold om barna sine på sosiale medier. Under fokusgruppene og workshopene diskuterte deltakerne også influenser-sharenting. Deltakerne så både likhetstrekk og forskjeller mellom foresatte og influensere når det gjaldt motivasjoner for sharenting og delingspraksiser. Ifølge deltakere deler influensere i likhet med andre foresatte for å skape minner og vise kjærlighet for barna sine, men også for å tjene penger ved å bygge sin merkevare og reklamere for produkter og tjenester. Den største forskjellen som ble trukket frem var rekkevidden av innhold som influensere og «vanlige» foresatte deler. Flere deltakere problematiserte at influensere må avveie sitt levebrød mot barn og unges vern og mulighet til å skape egne digitale identiteter. Det ble også trukket frem at det mangler et regelverk knyttet til hvordan influenser-sharenting kan foregå med tanke på kommersielle sammenhenger. Videre ble det trukket frem at barn og unge blir utsatt for en større risiko knyttet til sharenting på grunn av rekkevidden til foreldrenes innhold.

Kritisk medieforståelse tar for seg foresattes og barn og unges digitale kompetanser knyttet til sharenting som omfatter tekniske, sosiale og juridiske aspekter. Det finnes ulik grad av kompetanse blant deltakerne.

Spenninger mellom foresatte og barn. Det finnes generasjonsforskjeller mellom foresatte og sine barn når det gjelder hva som blir oppfattet som uheldig innhold. Dette kan føre til spenninger og konflikter rundt barn og foresattes digitale identitet. Dialog og forhandlingsprosesser mellom foresatte og barn varierer i omfang, men det finnes en tendens til at med økende alder får barnet mer medbestemmingsrett. Foresatte så et ansvar for å vise respekt for barnet i fremstillingen og for å beskytte barnet samtidig som de også forklarte at barna har et ansvar å si ifra dersom de skulle ha et behov for å medbestemme.

Identitetskonflikter. Tidligere forskning har funnet at foreldre deler innhold om barna sine i sosiale medier selv om dette kan gå på bekostning av barnas digitale identitet og risikoer

¹ Deepfakes er et samlebegrep for å beskrive at lyd, bilder eller videoinnhold på nett som blir brukt i for å lage nytt innhold med hjelp av maskinlæring, også omtalt som kunstig intelligens. Dette har blant annet blitt brukt for å lage humorvideoer, for å spre falske nyheter og for å forfalske en identitet ved å imitere kjente personer.

knyttet til sharenting. Dette er også noe vi fant i vår studie – foresatte synes det er greit å dele om barna sine så lenge de ikke deler noe ille eller flaut, mens barn og unge helst vil at de foresatte skal begrense seg til å dele om viktige og store øyeblikk fra livene deres. De vil helst ikke at foresatte skal dele om små hverdagsøyeblikk. De foresatte på den andre siden mener at barn og unge er veldig kritiske til hva som er greit å dele i sosiale medier, og er splittet i hvilken grad de mener at dette bør respekteres. Likevel var de foresatte i studien blitt mer bevisste på at de burde spørre om samtykke før de delte om barna sine. De mente at de hadde lært mer om konsekvenser av sharenting gjennom barna selv, men også fra media, skolen og andre informasjonskanaler.

Forslag til tiltak. Deltakerne ønsket ikke å lovfeste sharenting for foreldre generelt fordi de mente at det er vanskelig å håndheve og sanksjonere sharenting-praksiser. De fleste deltakerne ytret at en lov for å regulere influenser-sharenting kunne være fordelaktig for barn av influensere, men at et slikt lovforslag behøvde å ta hensyn til en del definisjonsspørsmål.

Foresatte fremmet at det er viktig å ha en god dialog og samtaler med barna sine når det gjelder deling av innhold om dem på sosiale medier og å vise dem respekt. En far la til at det er viktig å oppdra barn til å tenke og vurdere kritisk for å fremme deres evne til å vurdere mulige konsekvenser av innhold som blir delt om dem og det de selv deler. Ungdommer ønsket seg mer veiledning for foresatte som var usikre og opplæring for å øke foresattes digitale kompetanse. Det ble foreslått å dele informasjon rundt sharenting særlig knyttet til mulige risikoer, delingsnormer og unges perspektiv gjennom kanaler foresatte bruker som aviser og på Facebook og Instagram. Deltakerne under workshopen diskuterte at skolen kunne være en viktig arena i å ta opp sharenting som tema både i undervisning og under foreldremøter. Lærerne kunne da fungere som mellomledd mellom barn og unge og deres foresatte og fremme unges perspektiv og komme med tips og anbefalinger.

Fremtidig forskning i en norsk kontekst bør undersøke praksisene og forskjeller mellom plattformene mer detaljert særlig med tanke på type innhold. Det er også behov for å forske på influensere som deler om barna sine på sosiale medier og bruker dem i kommersielle sammenhenger for å bygge sin merkevare eller promotere produkter og tjenester. I en slik studie ville det være viktig å inkludere influenseres og barn og unges perspektiv. Det er også et forskningsgap når det gjelder langtidseffekter og hvordan sharenting forandrer seg over tid og påvirker barn og unge. I tillegg mangler det forskning på hvorfor noen foresatte velger å ikke dele i en norsk kontekst. Fremtidig forskning kan ta for seg kommersielle gevinster plattformer får når foresatte deler innhold om barna sine og tankene rundt dette fra både barn og unge og foresatte.

Summary

Sharenting (derived from sharing and parenting) is about guardians sharing content about their children on social media and is a common phenomenon internationally and in Norway (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Marasli et al., 2016; Medietilsynet, 2020; Sarkadi et al., 2020; Smahel et al., 2020). The content that is being shared can vary in form from pictures to videos to text and contributes to creating digital identities. Despite sharenting being a common phenomenon there is little research from a Norwegian context. Yet, calls for researching sharenting in Norway exist within several studies (see for instance Bhroin et al., 2022). According to Ouvrein og Verswijvel (2019), within the sharenting literature, there is a scarcity of children's and young people's perspectives.

The report aims to map sharenting practices in a Norwegian context including both guardians' and young people's perspectives. The report highlights how sharing practices, guardians' motivations, and risk evaluations. Further, kids' and young people's experiences with sharenting, and their risk perceptions are analyzed as well as if and potentially how they would like to influence their guardians' sharing practices. In addition, guardians' and young people's suggestions for measures and regulations to better secure children's and young people's rights and needs are presented.

Methodologically, the topic was researched qualitatively with three focus groups; (1) ten children aged 9-12; (2) seven young people aged 13-18; (3) nine guardians aged 34-47. During the focus groups picture elicitation was used to stimulate the discussion about influencers who share about their children. Further, one in-person workshop in Oslo was organized where five young people aged 10-17, and one of their guardians aged 39-57 participated.

The main findings from the focus groups and the workshop can be divided into guardians sharenting practices, young people's perspective, influencer sharenting, critical media understanding which includes tensions between guardians and their children, and identity conflicts. The report also presents participants' suggestions for measures as well as our suggestions for future research.

Guardians' sharenting practices. Sharenting is a common phenomenon in Norway which has changed over time both with technological development and societal changes. The guardians who participated share to a varying degree with friends and family on the social media platforms Facebook, Instagram, and Snapchat. It was highlighted that guardians especially share to mark special occasions such as birthdays. A few guardians also share everyday moments. Motivations among guardians for sharing are to create memories in the form of digital photo albums, to stay connected with friends and family, and to show and brag about their children. The participants are worried about losing control and the potential negative consequences that could derive if their content would go astray. This includes the potential risk of bullying if peers find inappropriate or embarrassing content as well as the risk of criminal acts such as hacking, kidnapping, deepfakes, and abuse material.

Young peoples' perspective. Children and young people wish to have a say in their guardians' sharenting practices. The young people who participated in the study highlighted that they want their guardians to ask for their permission and explain what, where and with

whom they wish to share content. Children and young people wish that guardians start asking for consent from an early age and respect the answer they get. The participants in our study explained that sharenting can be positive in cases where special occasions are marked by shared content such as birthdays and confirmation. However, young people do not wish that their guardians to share too much content about their everyday lives. Young people were worried to lose control over their digital identities and the potential negative consequences astray content could have on their futures. Due to these risks, young people preferred their guardians to ask for consent and to share in private groups. Children and young people emphasized that they do not wish that content about them in vulnerable situations such as when they are wearing no or few clothes when they are sick or in situations they perceive as inappropriate to be taken pictures of such as during breakfast at a cabin trip when they are not wearing makeup.

Influencer sharenting was discussed by the participants who saw both commonalities and differences between themselves and influencers regarding the motivation and sharing practices of content about their children on social media. According to the participants, influencers as well as other guardians share to create memories and show their love for their kids. However, the participants stated that influencers also share about their children to earn money by building their brand and advertising for products and services. The participants stated that the main difference between influencers and other guardians is the scale their content reaches. Participants partially problematized that influencers must balance their job and income against their children's right to privacy and create their own digital identities as well as potential negative consequences they might face. During the focus groups and the workshop participants discussed that there is a lack of regulations regarding influencer sharenting.

Critical media comprehension is about guardians' and young peoples' digital competencies and understanding regarding sharenting and includes technical, social, and legal aspects. Participants in this study have varying degrees of skills, knowledge, and understanding regarding sharenting.

Tensions between guardians and their children. There are generational conflicts between guardians and their children regarding what is considered inappropriate content to share which might lead to tensions and conflicts regarding digital identities. The negotiation processes and dialogue between guardians and their children varied in scope among the participants in this study. The participants reported a tendency that young people gained more rights to participate the older they were. Guardians reported a feeling of having to show respect for their children in the way they presented them as well as a need to protect their children. At the same time, guardians also explained that their children have a responsibility to let them know if they wanted to influence their sharenting practices.

Identity conflicts. Prior research has found that guardians share content about their children on social media even though this might have negative consequences and come with risks for their children. The findings from the focus groups and workshop align with this prior research, however, it should be noted that guardians were concerned with not sharing unflattering or inappropriate content. Young people in this study wished that guardians should limit themselves to sharing only important moments from their lives whereas their guardians felt that young people were overly critical about what was shared about them on social media

and divided when it comes to how much they should consider this. The guardians shared that over time they had gotten more aware of their children's wish to consent and to engage them when sharing content about them on social media. The guardians delineated that they had learned more about the consequences of sharenting from their children, the media, the school, and other information channels.

Suggestions for measures. The participants did not wish to legally regulate sharenting for guardians in general because they thought this might be challenging to follow up and sanction. Most of the participants voiced their support for regulating influencer sharenting yet also highlighted the need for clarifications regarding when and under which circumstances such a law would be applicable.

The guardians in this study highlighted the importance of good dialogue and conversations with their children and showing them respect when it comes to sharenting. One father also emphasized the importance of critically raising and educating children to strengthen their ability to consider the potential consequences of sharing content about them on social media whether the people sharing are themselves, peers, or guardians. The young people wished their guardians had more guidance and education to increase their digital competencies. It was suggested that information on sharenting especially highlighting potential risks, sharing norms and young people's perspectives should be shared through channels guardians use such as newspapers and social media platforms like Facebook and Instagram. During the workshop participants discussed that schools could be an important arena to shed light on sharenting as a topic both as part of classes and during parent meetings. The teachers could take the role of a mediator between young people and their guardians and bring forth young people's perspectives as well as provide tips and suggestions to guardians regarding sharenting.

Future research in a Norwegian context can scrutinize the practices and differences between the platforms in further detail, especially regarding the types of content that are being shared by guardians about their children. There is a need to research influencers' sharenting practices in commercial contexts to build their brand or promote products and services from both the young people's and the influencers' perspectives. There is also a need to analyze the long-term effects of sharenting in terms of changes and impact on young people. There is also a scarcity of research on why some guardians engage in anti-sharenting practices in a Norwegian context. Further, there is a research gap regarding guardians and young people's perspectives on social media companies' economic benefits they gain through sharenting.

1. Innledning

“Sharenting – a combination of the words sharing and parenting – is used to describe parents sharing personal information about their child online. This could be words, pictures and/or videos, and the sharing can be consensual and informed (parents asking their children if it is okay to post something or informing them about the posting) or it can be without the child knowing what has been shared.”

(Smahel et al., 2020)

Norske barn har i gjennomsnitt 1165 bilder av seg selv på internett innen de er 12 år gamle (Unicef, 2020). Dagens foreldregenerasjon har i likhet med sine barn en svært digitalisert hverdag, noe som har gitt opphav til «sharenting», som raskt har blitt et utbredt internasjonalt fenomen. Som sitatet over viser, innebærer sharenting at foresatte deler informasjon i form av bilder, tekst, videoer og annet innhold av barn og unge på Internett og skaper digitale identiteter av barna sine som omfatter alt fra ultralydbilder til hverdagsbilder, samt spesielle anledninger som bursdager og høytider (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Marasli et al., 2016; Sarkadi et al., 2020). Sharenting på sosiale medier fungerer dermed ofte som digitale babybøker hvor foreldre deler barnas liv og sine egne erfaringer med barnas oppvekst (Blum-Ross & Livingstone, 2017).

Denne formen for deling skjer til tross for at aldersgrenser på sosiale medier, ofte satt til 13 år, er tenkt å verne barn ved å begrense at informasjon om dem spres i digitale kanaler. Dette fordrer kritisk tenkning rundt barn og unges rett til personvern og privatliv på nett. Selv om dette temaet har blitt viet forskningsinteresse, er det gitt langt mindre oppmerksomhet rundt foreldrenes rolle i deling av personlig informasjon om egne barn, samt barn og unges meninger rundt dette (Steinberg, 2017; Verswijvel et al. 2019).

Å dele informasjon om barna sine med familiekreten, venner og bekjente er ikke et nytt fenomen, men muligheten for spredning og lagring av informasjon i en digital verden har forandret bredden og mulige utfordringer knyttet til det (Steinberg, 2017). Sharenting er en kjønnnet praksis, hvor det ofte er flere mødre enn fedre som deler informasjon om barna sine på sosiale medier. Dette knyttes gjerne opp mot idealer av hva det vil si å være en god mor (Lazard et al., 2019). Videre kan sharenting skje både med eller uten samtykke fra barnet (Smahel et al., 2020). Ifølge en svensk undersøkelse finnes det ulike grader av aksept blant unge, hvor aksept av delingen avhenger av publikummet som ser innholdet. Deling av bilder med slekt var mer akseptabel enn å ta bilder uten deres samtykke som ble lagt ut på nettet med et større publikum (Sarkadi et al., 2020). Deling av informasjon uten samtykke fra barnet eller uten å forklare hvem informasjonen blir delt med kan føre til en rekke negative konsekvenser, ulike risikoer og etiske problemstillinger (Smahel et al., 2020).

I 2020 lanserte Unicef en kampanje på sosiale medier med slagordet «#stopsharenting» som oppfordret foresatte til å være varsomme når de deler innhold av barna sine for å unngå identitetstyveri i fremtiden samt «psykiske belastninger ved uønsket eksponering, brudd på retten til privatliv og fremmedes misbruk av bilder» (Saxvik, 2020). Sharenting kan også føre til problemer når unge skal danne sin egen digitale identitet som kanskje ikke stemmer overens med det som har blitt delt om dem tidligere. Dette kompliseres også av at innholdet som blir delt om dem kan få negative kommentarer og potensielt brukes til å trakassere eller

mobbe barna (Marasli et al., 2016; Rolland, 2020). Med andre ord blir barn og unge fratatt muligheten til å skape og forme sine egne digitale spor og identiteter, og er sårbare for negative reaksjoner (Steinberg, 2017). Videre kan innhold av avkledd eller lett-kledd barn bli misbrukt og spredt på pornografiske nettsider og i pedofile nettverk, informasjon om barnet, som hvor det bor og oppholder seg, kan misbrukes til kidnapping og andre kriminelle handlinger rettet mot barnet, og informasjon om barnet kan bli solgt til statlige eller ikke-statlige institusjoner og misbrukes til overvåkning av barnet i fremtiden (Steinberg, 2017).

Usikkerheten rundt hvordan deling av innhold kan ha en fremtidig negativ innvirkning på unges psykiske helse, privatliv, eller sikkerhet viser behovet for økt kunnskap rundt dette fenomenet. I Bhroin et al. (2022) sin studie delte foresatte med høy digital kompetanse paradoksalt nok hyppigere informasjon om barna sine sammenlignet med foreldre med lav digital kompetanse – dette gjaldt spesielt foresatte som uttrykte bekymring over barnas personvern på nett. Dette personvernparadokset peker på behovet for økt forståelse av ulike motivasjoner bak foresattes deling. En annen utfordring ved sharenting er tidsaspektet. Foresatte utsetter ikke bare barn og unge i selve øyeblikket de deler informasjonen, men potensielt for resten av livet ettersom det er nærmest umulig å slette data etter de har blitt delt (Smahel et al., 2020). I tillegg kan barn, etter hvert som de vokser opp, bli mer bevisst på sitt eget privatliv og ønske å slette informasjon som ble delt om dem (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Smahel et al., 2020). EU Kids Online 2020 undersøkelsen viste at 19 % av alle barna i studien ofte eller noen ganger ba sine foresatte om å slette innhold som ble delt om dem (Smahel et al., 2020). Dette indikerer en forskyving av ansvar fra voksen til barn, til tross for at det skal være førstnevnte som har hovedansvaret for å sørge for barnets beste (som er lovgitt i § 48 i lov om barn og foreldre) når det gjelder unges digitale liv (Justis- og politidepartementet, 1981). Derfor utgjør det en sentral problemstilling hvorvidt og hvordan foresatte vurderer om innhold ved et senere tidspunkt kan være skadelig for barnet (Smahel et al., 2020).

1.1 Sharenting i en norsk kontekst

I Norge er sharenting et utbredt fenomen. Over halvparten av unge i aldersgruppen 9-18 oppga i en undersøkelse av Medietilsynet (2020) at deres foresatte deler bilder av dem på sosiale bilder. Kun halvparten av barna ble bedt om tillatelse før foresatte delte bilde av dem forrige gang dette skjedde. De fleste foresatte deler bilder av barna sine på Instagram, Facebook eller Snapchat og jo eldre barna er jo hyppigere oppgir unge at foresatte deler bilder av dem på nettet (Medietilsynet, 2020). Flesteparten av barn og unge bryr seg ikke når foresatte deler bilder av dem (66%), noen liker det (25%), men det er en del (14%) som ikke liker det eller syntes at det er flaut (14%). Videre viser EU Kids undersøkelsen at Norge ligger i toppen når det gjelder foresatte som publiserer bilder av barna sine uten å få tillatelse fra dem først sammenlignet med andre europeiske land (Smahel et al., 2020). Dette gjør det spesielt relevant å undersøke sharenting i en norsk kontekst.

I tillegg utgjør Sharenting et lukrativt marked blant enkelte influensere i Norge. Flere store norske influensere har delt innhold med bilder og/eller informasjon om barna sine, og noen har også bygget hele profilen sin rundt dette ved å profilere seg som familie- eller mamma- og pappa-influensere. Det er også en del norske influensere som både har uttalt seg for og

mot eksponering av barna sine på sosiale medier². Dette viser at sharenting er et tema på den norske samfunnsagendaen. Norske myndigheter har også vist interesse for sharenting som et voksende fenomen (Almeland, Raja & Wetrhus, 2022-23). Datatilsynet (2020) har samlet informasjon til foreldre og ansatte i barnehager og skoler med formålet om å gjøre oppmerksom på problematikken, og det finnes også opplysningsmaterieell på Dubestemmer.no (n.d.). Til tross for disse veiledningene rundt sharenting, er det lite eller ingen reguleringer knyttet til å bevare barns personvern knyttet til foreldres deling.

1.2 Juridisk kontekst

Sharenting er ikke kun et sosialt fenomen, men skrider også over i et juridisk komplisert felt. Fra et jusperspektiv er det blant annet en avveining mellom foresattes rett til ytringsfrihet, og på den andre siden barns rett til privatliv (Steinberg, 2017). I sin masteroppgave tar Mæhle (2020) opp nettopp hvordan barns rett til privatliv og vern av helseopplysninger strider med foresattes rett til ytringsfrihet i Norge. Mæhle konkluderer med at barn og unges samtykkekompetanse er begrenset til de er 15, men at det skal tas hensyn til deres modenhet og med- og selvbestemmelsesrett. Dette samsvarer med ordlyden i «Konvensjon om personvern i forbindelse med elektronisk databehandling av personopplysninger» som påpeker at individet har «retten til respekt for privatlivets fred» (Europarådet, 1981). I tillegg skal barn ikke utsettes for vilkårlig eller ulovlig innblanding i sitt privatliv, familie, hjem eller korrespondanse, eller for ulovlige angrep på hens ære og omdømme (FN barnekommissjon, 2021). Dersom foresatte deler informasjon om barnet sitt åpner de mulighet for innblanding i barnets privatliv og muligens negative kommentarer og krenkelser av omdømme. En nylig publisert norsk offentlig utredning (NOU:2022³) gjør det også klart at barn har et særskilt krav på beskyttelse i forbindelse med personvern. Foreldre har samtykkekompetanse på vegne av barna, men deres bestemmelsesrett begrenses av barneloven §30 og barnekonvensjonen §3 der bestemmelsesretten skal bestemmes ut fra barnets interesser og behov, og til barnets beste. I tillegg er barnas rett til medbestemmelse og selvbestemmelse nedfelt i barnekonvensjonen §12, grunnloven §104 og barneloven §31. Personvernregelverket inneholder ikke spesifikke reguleringer på hva foreldre kan og ikke kan legge ut av opplysninger om egne barn, eller om Datatilsynet kan pålegge sletting av barns personopplysninger som deres foreldre har lagt ut, men utredningen er tydelig på at foreldre må være bevisste på konsekvensene av å dokumentere og dele personopplysninger av barn på nett (NOU: 2022). Dette fordrer økt kritisk medieforståelse blant foresatte, slik at de blir bedre i stand til å ta trygge, informerte valg rundt innholdet de deler.

1.3 Behov for kunnskap

Sharenting er et relativt utforsket tema i en nordisk og norsk kontekst. Dette til tross for at det regnes som et utbredt fenomen i Norge, og at Norge ligger i toppen når det gjelder foresatte som deler innhold om barna sine uten deres tillatelse (Elvestad et al. 201; Smahel et al., 2020). En rekke studier etterlyser videre en bedre forståelse av ulike positive og

² <https://www.nettavisen.no/livsstil/forslaget-om-foreldre-og-barn-splitter-kjendisene-hvor-gar-grensen/s/5-95-849122>

³ NOU (2022). Ditt personvern – vårt felles ansvar — Tid for en personvernpolitikk. 2022:11. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2022-11/id2928543/>.

negative sharenting-praksiser og eventuelle langtidseffekter som sharenting kan ha på barn (f.eks., Bhroin et al., 2022; Smahel et al., 2020; Steinberg, 2017). Bhroin et al. (2022) skisserer et spesifikt behov for kvalitative studier som kan belyse relasjonelle aspekter i sharenting-praksiser samt motivasjoner og oppfatninger av risiko blant foresatte. De skriver også at det er manglende kunnskap om hvordan kommunikasjon mellom barn og foresatte kan føre til gode praksiser som tar hensyn til barns oppfatninger av sharenting og deres personvern i et digitalt miljø. I tillegg fokuserer de fleste studiene på voksnes erfaringer, meninger og praksiser, mens lite forskning er gjort på barn og unges perspektiver, tanker og følelser rundt sharenting (Verswijvel et al. 2019). Det mangler også studier som inkluderer både foresattes og barn og unges perspektiver (Lipu & Siibak, 2019).

Med denne studien bidrar vi til å tette disse kunnskapshullene ved å belyse barn og voksnes perspektiv på sharenting, eventuelle risikoer, og deres digitale kompetanse i en norsk kontekst. I tillegg bidrar vi med viktig kunnskap ved å sette barn og unge i dialog med foresatte. Dette gjør vi indirekte gjennom å se deres perspektiver i lys av hverandre i gjennomgangen av tidligere litteratur og i resultater fra fokusgruppene i vår studie, samt direkte gjennom en workshop med deltakere bestående av foresatte og barn og unge hvor de diskuterte med hverandre.

1.4 Forskningsspørsmål

Studien kartlegger hvordan sharenting foregår blant norske foresatte, og belyse både foresattes og barn og unges perspektiv på dette. Formålet er å kunne gi forslag til tiltak som større grad bidrar til å ivareta barn og unges interesser og rettigheter, øker foresattes og barns kritiske medieforståelse, og redusere forekomsten av uønsket deling.

For å oppnå dette har vi undersøkt følgende forskningsspørsmål:

1. Hva er foresattes sharenting-praksiser i Norge i dag?
 - Hvordan foregår sharenting blant norske foresatte? (Hva deles, hvor, i hvilke sammenhenger, hvordan involveres barna i prosessen?)
 - Hva er foresattes motivasjoner for deling?
 - Hvordan vurderer foresatte risikoen av sine sharenting-praksiser?
2. Hva er barn og unges opplevelser og erfaringer med foresattes sharenting-praksiser?
 - Hva er barn og unges erfaringer med sharenting?
 - Hvorvidt og hvordan ønsker barn og unge å påvirke sine foresattes sharenting-praksiser?
 - Hvordan vurderer barn og unge risikoen av foresattes sharenting-praksiser?
3. Hvordan kan sharenting forbedres til å bedre ivareta barns rettigheter og behov?

1.5 Struktur

I denne rapporten vil vi først gi en oversikt over tidligere forskning på feltet. Deretter vil vi beskrive metoden som er brukt i studien og de empiriske resultatene, før vi diskuterer funnene på et overordnet nivå etter temaene identitet og makt med søkelys på de unges identitetsskaping og agens. Til slutt vil vi konkludere med noen konkrete forslag til tiltak for å heve den kritiske medieforståelsen relatert til sharenting, samt for å kunne gjøre sharenting mer i tråd med barn og unges rettigheter og interesser.

2. Litteraturgjennomgang

I dette kapitlet presenterer vi funn fra litteraturgjennomgangen. Først går vi igjennom ulike forståelser av sharenting i litteraturen. Deretter presenterer vi foresattes perspektiver på sharenting. Vi skisserer hvem som mottar innhold, foresattes motivasjoner for sharenting og foresattes digital kompetanse. Vi presenterer også funn fra litteraturen som ser på influensere som deler om barna sine og diskusjoner knyttet til sharenting og digitalt foreldreskap. Videre presenterer vi litteratur som tar for seg barn og unges perspektiver på sharenting. Etterpå diskuterer vi implikasjoner for personvern og andre mulige risikoer, og den politiske interessen og lovgivning på internasjonal og norsk plan fremstilles. Avsluttende oppsummerer vi litteraturgjennomgangen kort og vi identifiserer kunnskapshull.

2.1 Hva er sharenting?

Sharenting er et engelsk teleskopord som er sammensatt av ordene for deling (to share/sharing) og foreldreskap (parenting) og er et utbredt fenomen både internasjonalt og i Norge (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Elvestad et al., 2021; Jorge et al., 2022; Otero, 2017). Begrepet brukes for å beskrive foresattes digitale praksiser av å dele ulike former av innhold som for eksempel tekst, bilder, videoer og statusoppdateringer om barna sine på sosiale medier plattformer (Jorge et al., 2022). Sharenting er knyttet til spørsmål om hva et godt digitalt foreldreskap betyr som er preget av normer, verdier, følelser, holdninger og forhandlingsprosesser og etiske vurderinger (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Damkjaer, 2018).

Sharenting kan også defineres i en bredere forstand. Ifølge Plunkett (2020) omfatter sharenting alle praksiser av å dele informasjon om et barn på nett for eksempel gjennom å la barnet leke med smarte leker, bruke virtuelle talestyrte assistenter, lagre bilder av barnet i digitale skyer, eller å be barnet om å godkjenne personvernsinnstillinger for å bruke læringsapper. Mens denne forståelsen er nyttig for å ta hensyn til at deling kan ta ulike former fokuserer dette prosjektet kun på deling av innhold på sosiale medier plattformer på grunn av prosjektets begrenset omfang.

Cino et al. (2020) hever frem at for å forstå sharenting som fenomen kan det være nyttig å bruke hv-spørsmålene. Det er forskjell på hva slags type innhold som blir delt og innholdet kan variere fra positive fremstillinger av barnet til uheldige og muligens skadelige fremstillinger (Brosch, 2016; Marasli et al., 2016; Moser et al., 2017). Det finnes ulike motivasjoner og svar på hvorfor foresatte velger å dele om barnet (Cino et al., 2020; Damkjaer, 2018; Steinberg, 2017). Dessuten kan tidspunktet i barnas liv variere, altså når det blir delt om dem. Delingen kan skjer før barnet er født i form av ultralydbilder, men også i hverdagen, på ferier og til spesielle anledninger som bursdagsfeiringer, høytider, eller første dag i barnehagen (Brosch, 2016; Cino et al., 2020; Marasli et al., 2016). I litteraturen skilles det delvis mellom influensere eller kjendiser og «vanlige» foresatte med tanke på hvem som deler om barnet (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Jorge et al., 2022). I den internasjonale litteraturen blir det også nevnt at andre voksne kan dele om barnet som for eksempel lærere

og besteforeldre⁴ (Damkjaer, 2018; Plunkett, 2019; Plunkett, 2020). Foresatte deler ulike innhold om barna sine på ulike sosiale medier plattformer. Videre påvirker personverninstillingene i sosiale medier foresatte ulikt når det gjelder sharenting og foresatte har ulike praksiser og strategier for i hvilken grad de velger å anonymisere barna sine og hvem de velger å dele innhold med. (Autenrieth, 2018; Cino et al., 2020; Damkjaer, 2018).

Det finnes ulike grader av foresattes deling av innhold på sosiale medier plattformer ifølge Damkjaer (2018). Noen foresatte er kritiske til å dele innhold om barna sine med personer fra ulike sosiale kontekster mens andre foresatte deler innhold om barna sine fritt for å fortsette familietradisjoner eller være i kontakt med jevnaldrende foresatte (Damkjaer, 2018). Det finnes foresatte som ikke bruker sosiale medier eller ikke bruker de til deling om barna sine på grunn av bekymringer knyttet til personvern og at bilder kan havne på avveie og bli misbrukt (Autenrieth, 2018; Damkjaer, 2018). Autenrieth (2018) beskriver fenomenet av foresatte som ikke deler eller som tar i bruk ulike strategier som «anti-sharenting». Strategiene som refereres til omfatter å redusere hvor mye som blir delt, regulere hvem som kan se innholdet, samt ulike strategier for å skjule barnets identitet ved å ta bilder fra avstand eller bakfra, å ta bilder kun av hender eller føtter, å bruke emojis eller redigere bilder for å gjøre ansiktet usynlig. Å forandre innstillinger for å regulere med hvem innhold blir delt krever både kunnskaper og ferdigheter (Elvestad et al., 2021).

I litteraturen diskuteres det også «oversharenting» som er sammensatt av ordene å dele for mye (oversharing) og foreldreskap (parenting) for å beskrive foresattes praksiser av å dele for mye og/eller upassende innhold om barnet på sosiale medier plattformer (Marasli et al., 2016; Moser et al., 2017). Innhold som blir sett på som upassende oppfattes av barnet å være flaut, lite flatterende, informasjon om kjæresten eller venner, lettkledde bilder eller nakenbilder, eller bilder som viser at barnet ikke oppfører seg etter foresattes ønsker (Moser et al., 2017). Det blir også trukket frem at å dele person- og helseopplysninger om et barn kan være å dele for mye (Steinberg, 2017). Deling av innhold om syke barn kan være positiv for foresatte for få støtte, men det kan også medføre negative konsekvenser for barnet senere i livet (Steinberg, 2017).

2.2 Sharenting fra foresattes perspektiv

Dagens foresatte er den første generasjonen av foresatte som har vokst opp med digitale medier og må derfor håndtere nye digitale spørsmål og utfordringer (Brosch, 2016). Forskning viser at sharenting har blitt en vanlig og normalisert praksis i løpet av det siste tiåret (Cino, 2022; Verswijvel et al., 2019), og foresatte begynner kanskje sine sharenting-praksiser allerede ved å dele ultralydbilder av barna sine mens de ligger inne i magen (Brosch, 2016). Et spørsmål er hvordan foresatte tar i bruk de mulighetene digitale infrastrukturer på sosiale medier plattformer tilbyr for å skape sine digitale identiteter. Foresatte har en dobbeltrolle og må ta stilling til hvordan de skal balansere sin rolle som både enkeltpersoner som ønsker å dele om seg selv og som foresatte som skal fremme barnets beste og passe på personvern (Blum-Ross og Livingstone, 2017, Steinberg, 2017).

⁴ Det diskuteres om det skal brukes begrepet «grand-sharenting» for å omtale besteforeldre som deler om bestebarn på sosiale medier plattformer.

Det kan være krevende for foresatte å trekke grense mellom seg selv og barnet (Blum-Ross and Livingstone, 2017).

2.2.1 Hvem deler?

En litteraturgjennomgang utført av Cino (2021) viser at det oftest er foreldre som deler om barna sine i sosiale medier, men det kan også være andre familiemedlemmer eller venner av familien som deler om barna. Tidligere studier peker på at mødre i større grad enn fedre deler innhold av barna sine i sosiale medier (Kumar og Schoenebeck, 2015; Livingston et al., 2018). Likevel viser flere studier at sharenting også er en utbredt praksis blant fedre (Cino, 2021; Ammari og Schoenebeck, 2015). Blant annet viser en studie av Davis et al. (2015) at 56% av mødrene og 34% av fedrene til barn opp til 4 år har delt informasjon om barna sine i sosiale medier.

Litteraturen viser til varierende funn når det kommer til sammenhengen mellom foresattes sosiale status, utdanning og alder og i hvilken grad foresatte deler om barna sine i sosiale medier. (Cino, 2021). Det er blant annet ingen klar sammenheng mellom foresattes alder og sharenting. Videre peker sammenhengen mellom foresattes utdanningsnivå og sharenting på varierende resultater: Livingstone et al. (2018) finner at høyere sosial status korrelerer positivt med sharenting, mens Demozzi et al. (2020, referert til i Cino, 2021) finner at de med lavere utdanning er mer tilbøyelige til sharenting. I en norsk studie ble det funnet at foresatte med lavere utdanning og lavere inntekt i større grad delte innhold om barna sine i sosiale medier sammenlignet med foresatte med høyere utdanning og høyere inntekt (Elvestad et al., 2021).

2.2.2 Hvorfor deler foresatte om barna sine?

Det er flere grunner til at foresatte deler om barna sine i sosiale medier, og tidligere litteratur identifiserer spesielt fire hovedmotivasjoner til sharenting: (1) Samhandle med andre foreldre i liknende situasjoner, (2) dele innhold med venner og familie, (3) selvrepresentasjon, og (4) samle minner (Bhroin et al., 2022; Holiday et al., 2022; Donovan, 2020; Verswijvel et al., 2019). Den første motivasjonen til hvorfor foresatte deler om barna sine i sosiale medier innebærer at foresatte ønsker å diskutere utfordringer i barnas liv med andre foresatte i lignende situasjoner (Verswijvel et al., 2019). Eksempler på temaer foresatte ønsker å diskutere kan være utfordringer med å få barna til å sove, ernæring- og spisetips, barnas oppførsel eller sykdomshistorikk. Deling på sosiale medier vil i slike tilfeller være et virkemiddel for å få foresatte til å føle seg mindre alene når de står i en krevende foreldresituasjon og å skape et fellesskap med foresatte i lignende situasjoner (Ranzini, 2020; Ouvrein og Verswijvel, 2019). En annen grunn til at foresatte deler om foreldreutfordringer er at andre foresatte kan lære av deres erfaringer (Duggan et al., 2015). Et eksempel på dette er foresatte til barn med en form for helseutfordrende diagnose som ønsker å spre informasjon og kunnskap om deres hverdagsliv.

Det er også vanlig at foresatte deler innhold om barna sine i sosiale medier for å holde kontakt med og oppdatere venner og familie. En studie av Duggan et al. (2015) viste at 93% av foresatte som brukte Facebook hadde familiemedlemmer som deres Facebook-kontakter.. Studien viste også at 88% av foresatte var Facebook-kontakter med sine venner eller tidligere venner. . På den måten bruker foresatte sosiale medier til å dele informasjon om sine barn for å oppdatere deres familie og venner om barnas utvikling og viktige begivenheter i barna og familiens liv (Verswijvel et al., 2019). Videre har forskning også vist at noen foresatte føler et press for å dele om barna sine og ikke-deling kan føre til konflikter mellom generasjoner (Kumar og Schoenebeck, 2015; Damkjaer, 2018).

En annen motivasjon til sharenting er at sharenting gir foresatte mulighet til å forme deres selvrepresentasjon gjennom sosiale medier (Ranzini et al., 2020). Sharenting blir for eksempel brukt til å fremme foresattes foreldrekompetanse og stil gjennom å dele informasjon om barna deres. På den måten bruker foresatte sosiale medier til å gi et inntrykk av at de er «gode foreldre» til deres kontakter gjennom å bevisst forme barnas opptredener (Bhroin et al., 2022). Foresatte kan ønske å skryte av barna sine både for å få likes og kommentarer, men også fordi de er stolte av barna sine (Verswijvel et al., 2019). Resultater fra en studie av Kumar og Schoenebeck (2015) viste at mødre delte innhold av barna sine på Facebook for å fremheve at de er «gode mødre» og at de har en lykkelig og sunn familie. En teori som har blitt mye brukt til å studere foresattes selvrepresentasjon på sosiale medier er Goffmans (1959) *Impression management theory* som argumenterer for at offentlig presentasjon er en framvisning av seg selv.

Til slutt kan sharenting gi foresatte mulighet til å lage en nettbasert minnebok for å lagre og dele bilder (Kumar & Schoenebeck, 2015). Å dele bilder av barna sine i sosiale medier er en enkel og oversiktlig metode for foresatte til å samle sammen minner av barnas oppvekst (Verswijvel et al. 2019). Facebook gir for eksempel foresatte mulighet til å lage fotoalbumer, og rapporterer om minner fra hva som har blitt delt tidligere år på samme dato (Blum-Ross & Livingstone, 2017).

2.2.3 Hva deler foresatte?

Tidligere forskning viser at foresatte som deler informasjon om barna sine i sosiale medier i hovedsak deler bilder og videoer, men det kan også være statusoppdateringer (Verswijvel et al., 2019). En studie av Brosch (2016) viste at foreldre i stor grad deler fine og lykkelige bilder av barna og familien sin, og at det var mindre vanlig å dele bilder av barna sine i «private øyeblikk» som når de gråt eller hadde raserianfall. Brosch (2016) grupperer de lykkelige bildene inn i tre kategorier: (1) lykkelige bilder av hverdagslige øyeblikk (f.eks. bilder av måltider), (2) utflukter (f.eks. bilder fra ferier eller turer), og (3) bilder fra spesielle anledninger (f.eks. når barna begynner på skolen, bursdag, e.l.). Brosch sine funn samsvarer med en studie av Kumar og Schoenebeck (2015) som skiller mellom fire typer bilder som foresatte deler av barna sine: (1) bilder av viktige milepæler i barnas liv, (2) bilder med familie og venner, (3) morsomme bilder av barna og (4) søte bilder av barna. Det er også studier som viser at et betydelig antall foresatte deler mer seriøs og sensitiv informasjon om barna sine i sosiale medier som for eksempel om barnas helsesituasjon eller utfordringer på skolen (Bhroin et al., 2022).

Innholdet foresatte deler varierer mellom plattformene de bruker (Cino, 2021). Instagram blir gjerne brukt til å dele fine og idealiserte bilder av familielivet (Le Moignan et al., 2017). Muligheten til å publisere anonymt blir i større grad brukt av foresatte til å skrive innlegg om utfordringer og dilemmaer de møter som foresatte (Jaworsa, 2018). Facebook blir både brukt til å dele bilder og videoer av barna, men også til å dele råd og erfaringer med andre foreldre i ulike foreldregupper (Cino, 2021).

2.2.4 Foresattes kritiske medieforståelse

Forholdet mellom foresattes bekymring for personvern og i hvilken grad foresatte deler om barna sine i sosiale medier har blitt mye studert i litteraturen (Ranzini et al., 2020). Autenrieth (2018) fremmer i sin studie at mange foresatte har god kunnskap om risikoer ved å dele om barn i sosiale medier. De risikoene som flest foresatte nevnte i studien var frykten for at fremmede, gjerne menn, skulle misbruke bildene, at noen skulle bruke bildene i reklame eller

at det de foresatte delte kunne stille barna deres i et dårlig lys (Autenrieth, 2018). Flere studier peker på et såkalt personvern paradoks som viser at det ikke er noen klar sammenheng mellom foresattes bekymring for personvern og sharenting-praksiser (Bhroin et al., 2022; Ranzini et al., 2020). Livingstone et al. (2018) finner at britiske foresatte som er spesielt bekymret for personvern delte flere bilder og videoer av barna sine sammenlignet med foresatte som var mindre bekymret for personvern. Forfatterne foreslo at en mulig forklaring på dette var at de positive fordelene med sharenting, som å holde kontakt med venner og familie, ble vektet høyere enn personvernbekymringer. Bhroin et al. (2022) peker på at foresatte med høy digital kompetanse deler oftere om barna sine enn andre. De foreslår at en mulig forklaring på dette er at foresatte med høy digital kompetanse vil være tryggere på risikoene ved sharenting og i større grad kunne ta hensyn til disse når de deler.

2.2.5 Foresatte som influensere

Enkelte foresatte oppgir at en motivasjon bak å dele bilder av barna sine i sosiale medier, er et behov for å skryte av barna sine og få mer oppmerksomhet rundt det de deler. Et tydelig eksempel på dette er foreldreinfluensere, eller såkalte «momfluencers» og «dadfluencers». Foreldreinfluensere har mange av de samme motivasjonene for deling som andre foreldre, men de skiller seg ved at de også styres av økonomiske insentiver. Hovedforskjellen mellom vanlige foresatte som deler innhold om barna sine og foresatte som er influensere er dermed det kommersielle elementet, som også påvirker størrelsen og rekkevidden på publikummet.

En influencer er en digital persona som har mange følgere i sosiale medier og som driver (ofte kommersielt) påvirkningsarbeid overfor følgerne (Lou & Yuan, 2019). Influensere har som regel stor påvirkningskraft over følgerne sine, ettersom følgere ofte anser influensere som forbilder og idealiserte rollemodeller. Influensere kan for eksempel påvirke følgere gjennom å anbefale produkter og tjenester, formidle politisk interesse, eller informere om oppdragelse og foreldrestil. Denne formen for påvirkning kalles gjerne for jungeltelegrafi, eller 'electronic word-of-mouth' (Steinnes & Teigen, 2021a). Dette kan knyttes til vår tendens til å stole mer på anbefalinger og råd som kommer fra venner og kjente fremfor informasjon fra ansiktsløse bedrifter og organisasjoner.

Foreldre som er influensere merker ofte økt oppmerksomhet i form av antall likerklipp og delinger når de legger ut innhold av barna sine (Lazard et al., 2019; Rolland, 2020). Barn utgjør dermed svært populært innhold på sosiale medier, som ofte kan omsettes til økonomisk inntjening for foreldrene. Dette kan føre til utfordringer hvor barna kan bli satt i ubehagelige situasjoner for å iscenesette fine bilder eller annet innhold. Et eksempel på dette er den amerikanske influenseren Jordan Cheyenne som ble anklaget for å manipulere og bruke sønnen sin til å skape emosjonelt innhold på sosiale medier. I 2021 delte hun, ved et uhell, et videoklipp som viser at hun ber sin 8 år gamle sønn om å gråte i respons til at hun forteller om en syk valp. I kjølvannet av hendelsen publiserte hun en beklagelse og meddelte at hun skulle slutte å dele innhold om sønnen sin. Et annet eksempel er Youtube-kanalen Daddy'O'Five som senere utviklet seg til Mommy'O'Five og Family'O'Five. Kanalen inneholdt videoer hvor foreldrene 'pranket' de fem barna sine som noen ganger involverte fysisk vold og emosjonell utpressing. Foreldrene bak kanalen ble utestengt fra YouTube og mistet foreldreretten for to av barna sine. I 2017 ble de dømt til 5 års overvåket prøvetid for hvordan de behandlet dem i videoene og ble fratatt retten til å filme barna sine for kommersielle formål (Hern, 2018). Denne saken skapte debatt rundt hvorvidt kommersiell sharenting bør reguleres og hvordan digitale plattformen som YouTube kan bidra i en slik potensiell regulering. Politikere, influensere, og kommersielle aktører opplever en gradvis

bevisstgjøring rundt bruk av barn i kommersielle innlegg, hvor enkelte norske annonsører ber influensere om ikke å bruke barna sine i sponsede samarbeid.

Studier viser at personer som følger influensere ser opp til influenseren de følger og etterstreber å være som dem (Steinnes og Teigen, 2021a). Det innebærer at foreldreinfluensere kan fungere som forbilder for andre foreldre, noe som kan bidra til en normalisering av sharenting. Noen trekker dermed frem influenseres rolle i å normalisere sharenting som en indirekte risiko ved praksisen (Esfandiari & Yao, 2022, med referanse til Davidson-Wall, 2018). Foreldreinfluensere kan ha positive fordeler for foreldre som følger dem. Noen er influensere for foreldre ved å vise ulike foreldrestiler og måter å oppdra barn på, mens andre er mer livsstilsorienterte og har fokus på å vise ulike sider ved hverdagslivet med barn. Foreldre kan dermed få støtte, dele tips, råd og informasjon, og utvikle sin egen identitet som foreldre fra innhold som deles av foreldreinfluensere (Jorge, 2022). Studier peker på at foreldre som er influensere ofte jobber hjemmefra, har tidligere yrkeserfaring innen kreative fag, og at arbeidsdagen som influensere kan viske ut skiller mellom arbeid og fritid (Berridge, 2019; Duffy, 2016, Jorge, 2022).

Influensere som deler informasjon om barna sine er gjerne involvert i «sharenting labour» som betyr at delingspraksiser krever en del arbeid, er iscenesatte og knyttet mot forventninger om økonomisk inntekt (Campana et al., 2020). Dette kan medføre utfordrende situasjoner hvor den økonomiske inntekten potensielt må avveies mot barns ønske om å ikke bli eksponert digitalt (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Campana et al., 2020).

Foreldreinfluensere har ulik håndtering av hvordan og hva de deler om barna sine. Andre velger å vise barnas ansikt, fulle navn, skolen de går på, og lokasjonen de befinner seg i på bildet. Dette kan føre til at barna selv blir 'mikro-influensere' (Abidin, 2017). Dermed kan barna bli gjenkjent av følgere og oppleve redusert privatliv og brudd på personvern, for eksempel ved at følgere deler innhold av barna videre i andre kanaler (Abidin, 2015). Plunkett (2019) argumenterer for at foreldreinfluensere tar en sentral avgjørelse over barnets eksponering og dermed akselererer barnets digitale identitet og inngang i sosiale medier som hindrer barnets egen agens.

Sharenting utgjør et lukrativt marked internasjonalt, og også blant enkelte influensere i Norge. Flere store norske influensere har delt innhold med bilder og/eller informasjon om barna sine, og noen har også bygget hele profilen sin rundt dette ved å profilere seg som familie- eller mamma- og pappa-influensere. Det har også kommet fram at det økonomisk sett er mer å tjene på slik eksponering av barn gjennom mer lukrative samarbeider med annonsører og gjennom økt oppmerksomhet. Det er derimot også en del norske influensere som har uttalt seg mot eksponering av barna sine på sosiale medier. Dette viser at sharenting er et tema blant influensere og deres følgere som bruker sosiale medieplattformer profesjonelt.

I motsetning til barn som blir eksponert i filmer, reklame, eller modelloppdrag finnes det foreløpig ingen lovgivning som omfatter barn som blir eksponert på sosiale medier og gir økonomisk avkastning til den voksne som deler.

2.2.6 Digital oppdragelse

I litteraturen bli sharenting delvis diskutert i lys av digital oppdragelse eller digitalt foreldreskap. Digitalt foreldreskap er knyttet til ønsker om barnets fremtid og muligheter og påvirker barnets digitale liv (Livingstone & Blum-Ross, 2020; Mascheroni, Ponte, & Jorge, 2018). Foresatte har ulike oppfatninger om hvordan man burde oppdra barn og unge i det digitale rommet. Disse holdninger er påvirket av kultur, samfunn, verdier og egne erfaringer (Elvestad, Staksrud, & Ólafsson, 2021). Familier er ulike når det gjelder for eksempel sammensetning, inntekt og klasse. Foresatte har ulik grad av digitale kompetanser og ressurser som man må ta hensyn til (Livingstone & Blum-Ross, 2020; Mascheroni et al., 2018).

Det finnes ulike former for digitalt foreldreskap som kan variere fra aktiv medierende til restriktiv, overvåkning, teknologisk begrensning til en passiv form ifølge Elvestad et al. (2021). Elvestad et al. (2021) forklarer at de fleste norske foresatte har en tendens til å bruke «aktiv foreldremediering» som betyr at de er i dialog med barna sine og lærer dem å håndtere ulike situasjoner på nettet. I tillegg utforske foreldre og barn nye teknologiske utviklinger sammen. Foresatte som har en mer medierende foreldrestil deler ofte informasjon om barna sine (Mascheroni et al., 2018). I Norge er det ofte lagt vekt på en god dialog og muligheten for å forhandle mellom barn og voksne (Ulvund, 2023) som samsvarer med en tendens for «aktiv foreldremediering» beskrevet av Elvestad et al. (2021).

2.3 Barn og unges perspektiv

Sharenting tar for seg foresattes deling av innhold om barna sine på sosiale medier som kan være en grunn til at de fleste studier undersøker foresattes perspektiver. Dette innebærer at det er få studier på barn og unges opplevelser og tanker rundt sharenting til tross for at det er de unge som blir fremstilt i sosiale medier (Ouvrein & Verswijvel, 2019).

Barn og unge trekker frem at det er forskjeller med hvem og i hvilke kanaler deres foresatte deler og hva slags innhold det dreier seg om (Elvestad et al., 2021; Moser et al., 2017; Ouvrein & Verswijvel, 2019; Sarkadi et al., 2020). Sharenting kan foregå med eller uten barn og unges samtykke (Smahel et al., 2020). I Norge svarte 36% av barn og unge som deltok i EU Kids undersøkelsen fra 2020 at de opplevde at foresatte delte innhold av dem uten samtykke i løpet av det siste året (Smahel et al., 2020). I undersøkelsen svarte 19% av deltakerne at de ba sine foresatte å slette innhold fra nettet (Smahel et al., 2020).

Barn og unge virker å ha forståelse for at foresatte ønsker å vise frem barna sine når de er stolte av dem, for å vise lykkelige familiebilder, for å skryte av barna og å skape digitale minner (Moser et al., 2017; Ouvrein & Verswijvel, 2019). Slike fremstillinger kan oppfattes som positive av barna og kan forstås som positive sider ved sharenting fenomenet (Moser et al., 2017). Deling av innhold av barn med flere mottakere er ikke et nytt fenomen i en norsk kontekst. I Norge finnes det i noen deler av landet en tradisjon om å dele et bilde av bursdagsbarnet med bursdagsønsker i lokalavisen (Elvestad et al., 2021).

Selv om noen barn og unge har forståelse eller kan oppfatter sharenting som positiv finnes det også innhold barn og unge ikke ønsker at foresatte deler om dem og som kan få negative konsekvenser for dem (Elvestad et al., 2021; Moser et al., 2017). Sharenting kan oppleves frustrerende for barn og unge særlig når foresatte deler bilder unge synes er stygge eller

upassende. Ungdommer og barn trekker frem at upassende innhold for eksempel kan være lettkledde bilder eller private detaljer om livene deres (Ouvrein & Verswijvel, 2019; Romero-Rodríguez et al., 2022). Barn og unge gav uttrykk for at mulige negative konsekvenser ved sharenting var at innholdet foresatte delte om dem kunne komme på avveie, og de var også opptatt av eventuelle fremtidige risikoer ved innhold som var delt av dem. Barn og unge nevnte for eksempel risikoen for å få sårende kommentarer fra jevnaldrende og bekymringer for fremtidige jobbmuligheter (Elvestad et al., 2021; Ouvrein & Verswijvel, 2019).

Unge ønsker å skape sine egne digitale identiteter og skape tilhørighet til sine jevnaldrende. Foresattes deling om barna sine kan bryte med deres innsats av å skape et viss bildet av seg selv på sosiale medier (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Spesielt «oversharenting» ble hevet frem som en irriterende delingspraksis for barn og unge (Ouvrein & Verswijvel, 2019). Det kan settes søkelys på at foresatte og barn og unge kan ha ulike oppfatninger om hva slags innhold det er greit å dele og som ikke er greit å dele (Elvestad et al., 2021; Ouvrein & Verswijvel, 2019). Generelt ønsker barn og unge å bli spurt av sine foresatte før de deler innhold om dem på sosiale medier (Elvestad et al., 2021; Ouvrein & Verswijvel, 2019; Sarkadi et al., 2020).

2.4 Mulige negative konsekvenser

En stor del av litteraturen om sharenting handler om ulike risikoer det kan medføre for barna som det deles om og hvordan sharenting-praksisene står i konflikt med barns rett til personvern online. Litteraturen på dette feltet spenner over flere fagfelt, som for eksempel kriminologi, juss, utdanning, og sosiologi, noe som illustrerer hvor komplekst temaet er og hvordan praksisen åpner for juridiske og etiske spørsmål.

2.4.1 Implikasjoner for personvern

Det største og mest undersøkte temaet innen risikoer som følger med sharenting, er implikasjonene det har for barnas personvern, noe som lovverket og politikere kritiseres for å ha for lite fokus på (Donovan, 2020). Med den digitale utviklingen vi er inne i nå, blir dagens barn født inn i en verden som i økende grad er overvåket, analysert og manipulert gjennom teknologiske prosesser (Willson, 2018). På samme måte blir også barndommen en arena for datafisering og overvåking gjennom innsamling av data, og et paradoks her er at dette er knyttet sammen med foresattes digitale praksiser, som sharenting (Siibak & Traks, 2019). En undersøkelse på tvers av flere land viste at 81% av barn under to år hadde en form for digitalt fotavtrykk skapt av deres foreldre. Deling kan gjerne starte fra før barnet er født vis ultralydbilder og informasjon fra helseundersøkelser, og gjennom en barndom og inn i ungdomsårene. Dette er problematisk på flere måter.

Et viktig aspekt ved sosiale medie-plattformer og hvordan de håndterer brukeres data på, er at med en gang noe er publisert på slike plattformer mister de foresatte kontroll på innholdet (Ferrara et al. 2023). Man vet ikke hvem som har tilgang til innholdet eller hvor det kan ende opp. Videre kan dataene i prinsippet leve evig. Dette fratru barna retten til å bli glemt på nett, i tillegg til å potensielt skape nye risikoer i framtiden som vi enda ikke har identifisert (Leaver, 2022). Ifølge Ferrara et al. (2023) er det lav risiko hvis barna ikke kan identifiseres, men Leaver (2022) påpeker derimot at selv om data som samles inn i utgangspunktet skal være anonymt, er det ikke vanskelig å reidentifisere individer.

Foresattes risikovurdering av sharenting er dermed et viktig aspekt for hvilke konsekvenser det kan ha for barn og unge, men det kan være vanskelig å forstå hvordan dataøkonomien på digitale plattformer fungerer. Leaver (2022) poengterer for eksempel at det er lettere å diskutere de spesifikke objektene, som bilder og videoer, enn de underliggende metadataene som er vanskeligere å definere og lokalisere, og vanskelig å forstå hvordan de er generert, samlet inn, hvordan, hvor og hvor lenge de lagres, samt hvem som eier og har kontroll på dem. Disse tingene er svært uklare og vanskelige å få oversikt over, til tross for at alle plattformer og apper som samler inn data om brukerne sine kommer med en «terms of use» som nettopp skal beskrive disse tingene. Tidligere forskning viser derimot at få leser disse, og de oppfattes som altfor komplekse og tidkrevende å gå gjennom (Slette-meås et al, 2022). For noen kan også personverninnstillinger på sosiale medier gi en falsk sikkerhet og føre til uforsiktig deling (Ferrara et al. 2023)

2.4.2 Andre risikoer: kriminelle handlinger

Andre risikoer som tas opp i litteraturen er identitetstyveri, digital kriminalitet, nettmobbing, digital kidnapping (bruke bilder av andres barn og poste om dem som de var sine egne), og muligheten for at pedofile kan misbruke innholdet eller at bilder og videoer postes videre på pornografiske nettsider. Dette er imidlertid mulige negative konsekvenser som ofte nevnes, men som i liten grad er utforsket i litteraturen, i motsetning til for eksempel personvern og forholdet mellom foreldre og barn (som vi vil se litt mer på i neste avsnitt). I tillegg nevnes det som en risiko at barna kan bli sett som en inntektskilde for foreldrene, samt at sharenting kan bidra til å frata barna autonomi og retten til selvrealisering (Donovan, 2022; Esfandiari & Yao, 2022). Esfandiari & Yao (2022) framhever også viktigheten av kulturelle forståelser i sharenting-praksiser og foreldrenes oppfattelse av risiko ved disse.

2.4.3 Foresatte-barn forhold

En annen risiko som framheves i litteraturen er den potensielle belastningen sharenting kan ha på forholdet mellom foresatte og barn. Foresatte er ansvarlige for å vurdere risiko – noe de ikke alltid er villige eller kompetente nok til (Donovan, 2020; Leaver, 2022). Konflikter kan dermed oppstå som følge av ulike forventninger til personvern, og mellom foresattes ønske om deling og barnas ønske om å skape en egen identitet på nett. Dette refereres til som grense-turbulens (boundary turbulence) (Leaver, 2022). Tidligere forskning indikerer at barn ofte kan bli flau, irriterte og frustrerte over hva foresatte deler om dem på nett, og mye av dette kommer av uenigheter rundt hva som kan deles og hvordan barn og unge skal involveres. For eksempel kan barn og voksne ha ulike meninger om hvor ofte barn skal spørres om tillatelse av de foresatte til å dele innhold (Siibak & Traks, 2019). Videre mener barn at foresatte ikke burde dele informasjon som kan være for avslørende eller slå negativt ut på barnets selv-presentasjon (Moser et al. 2017). Barn har altså en interesse av å beskytte at negativ informasjon om dem ikke havner på foresattes sosiale medie-kontoer. Videre kan de være uenige i foresattes beslutning om å dele informasjon om dem overhodet, uavhengig om det kan oppfattes som positivt eller negativt (Steinberg, 2017). Steinberg nevner også hvordan et barn kan ende opp med å forakte hva foreldrene har delt på et senere tidspunkt (Steinberg, 2017). Lignende problematiserer Lipu & Siibak (2019) at unge ikke alltid har mulighet til å si sin mening om hva som deles, og at flere i deres studie opplevde at deres ønsker om å slette innhold de anså som flaut eller uflatterende ikke ble hørt av de foresatte.

Leaver (2022) understreker også hvordan slike uenigheter som beskrevet her kan føre til vanskelige, men viktige samtaler mellom barn og voksne. I tillegg trekker hun fram hvordan barn som også deler av foreldrene sine og voksne sammen kan forme egen og den andres personvern på nett, og at dette er en del av forhandlinger innad i en familie eller i en barn-foresatt relasjon. En felles oppfordring i mange av studiene om personvern og risiko ved sharenting er å få på plass et bedre lovverk. Neste seksjon tar for seg norsk og internasjonalt lovverk og politisk interesse for sharenting.

2.5 Politisk interesse for sharenting i Norge og internasjonalt

Sharenting-praksiser er i dag et lite regulert område. Ulike land har egne lover og reguleringer på plass for å ivareta barns rett til privatliv, men de fleste av disse overlater dette ansvaret til barnas foresatte. Likevel har deling av bilder, videoer og annen informasjon om barn på nett fått økt politisk interesse de siste årene. Både norske og internasjonale politikere peker nå på et behov for å styrke barns digitale rettigheter og personvern knyttet opp mot foresattes samtykkekompetanse. Både gjennom media og politisk interesse, har det vokst frem en bevegelse som i økende grad stiller seg kritiske til sharenting-praksiser og konsekvensene det kan ha for barn.

Både media og norske myndigheter har i de senere årene vist interesse for sharenting som et voksende fenomen. Datatilsynet (2020) har samlet informasjon til foresatte og ansatte i barnehager og skoler med formålet om å gjøre dem oppmerksom på problematikken, og det finnes også opplysningsmaterieell på [Unicef.no](https://www.unicef.no) og [Dubestemmer.no](https://www.dubestemmer.no) (n.d.)⁵. Til tross for disse veiledningene rundt sharenting, er det lite eller ingen reguleringer knyttet til å bevare barns personvern knyttet til foresattes deling. Rolland (2020) peker på at regulering av sharenting-praksiser er krevende å innføre ettersom det beveger seg inn i familiers privatliv og bryter med de foresattes rettigheter.

Fra et juridisk perspektiv er det utfordrende å avveie sharenting som, på den ene siden utgjør foresattes rett til ytringsfrihet, og på den andre siden utgjør barns rett til privatliv (Steinberg, 2017). I sin masteroppgave tar Mæhle (2020) opp hvordan barns rett til privatliv og vern av helseopplysninger strider med foresattes rett til ytringsfrihet i Norge. Mæhle (2020) konkluderer med at barn og unges samtykkekompetanse er begrenset til de er 15, men at det skal tas hensyn til deres modenhet og med- og selvbestemmelsesrett. Med andre ord; dersom barn ikke ønsker at foresatte deler opplysninger om dem på sosiale medier, skal det tas hensyn til (Mæhle, 2020). Dette samsvarer med ordlyden i «Konvensjon om personvern i forbindelse med elektronisk databehandling av personopplysninger» som påpeker at individet har «retten til respekt for privatlivets fred» (Europarådet, 1981). I tillegg skal barn ikke utsettes for vilkårlig eller ulovlig innblanding i sitt privatliv, familie, hjem eller korrespondanse, eller for ulovlige angrep på hans eller hennes ære og omdømme (FN barnekommissjon, 2021).

Dersom foresatte deler informasjon om barnet sitt åpner de mulighet for innblanding i barnets privatliv og muligens negative kommentarer og krenkelser av omdømme. En nylig publisert

⁵<https://www.unicef.no/norge/oppvekst/eksponering-av-barn-i-sosiale-medier/rad-til-foreldre>,
<https://www.dubestemmer.no/yngre-barn/bilder-av-barn/>.

norsk offentlig utredning (NOU:2022⁶) gjør det også klart at barn har et særskilt krav på beskyttelse i forbindelse med personvern. Foresatte har samtykkekompetanse på vegne av barna, men deres bestemmelsesrett begrenses av barneloven §30 og barnekonvensjonen §3 der bestemmelsesretten skal bestemmes ut fra barnets interesser og behov, og til barnets beste. I tillegg er barnas rett til medbestemmelse og selvbestemmelse nedfelt i barnekonvensjonen §12, grunnloven §104 og barneloven §31. Personvernregelverket inneholder ikke spesifikke reguleringer på hva foresatte kan og ikke kan legge ut av opplysninger om egne barn, eller om Datatilsynet kan pålegge sletting av barns personopplysninger som deres foresatte har lagt ut, men utredningen er tydelig på at foresatte må være bevisste på konsekvensene av å dokumentere og dele personopplysninger av barn på nett (NOU: 2022). Dette fordrer økt kritisk medieforståelse blant foresatte, slik at de blir bedre i stand til å ta trygge, informerte valg rundt innholdet de deler.

Flere viser til mangelfullt regelverk for å ivareta barns digitale personvern i møte med foresattes rett til ytringsfrihet og deres rolle som barnas verger (Brosch, 2018; Leaver, 2022). Donovan (2022) refererer til og med til barn som er utsatt for sharenting for «GDPRs glemte barn», og argumenterer for hvordan GDPR-foranordningen ikke adresserer barnas personvern skikkelig, og spesielt ikke de som er utsatt for risiko som følge av foresattes nettbaserte praksiser.

Flere studier (Steinberg, 2017; Donovan, 2022; Leaver, 2022) påpeker hvordan de lovene som er på plass ofte er avhengig av at foresatte har høy digital kompetanse, og er villige til å forvalte barnas personvern til barnets beste. Noen studier viser at dette premisset ofte ikke er til stede blant foresatte (Kopecky et al, 2020). Fox, Hoy & Carter (2023) fant for eksempel at førstegangsfedre var villige til å dele informasjon om barna sine når de ble oppmuntret til det gjennom markedsføring, til tross for at de oppfattet barnets personlige informasjon som sensitivt. Ranzini, Newlands & Lutz (2020) fant at foresattes oppfatning av personvern ikke hadde noen effekt på hvorvidt de deltok i sharenting eller ikke. Det som hadde en effekt, var derimot om de foresatte hadde et sosialt nettverk som støttet slik deling og om de ellers var aktive i deling på nett.

I følge § 48 i Barneloven er det foresatte som har hovedansvar for å sørge for barnets beste når det gjelder unges digitale liv (Justis- og politidepartementet, 1981). Denne loven er imidlertid lite spesifikk når det gjelder praksiser rundt sharenting. Derfor er det flere norske politikere som har tatt til orde for at Barneloven bør oppdateres og spesifiseres rundt barns rett til personvern på nett, for eksempel gjennom foresattes bildedeling.

I september 2022 presenterte Personvernkommissjonen flere anbefalinger som kan bidra til å beskytte barns digitale personvern, gjennom NOU 2022:11 «Ditt personvern – vårt felles ansvar. Tid for en personvernpolitikk» (Almeland, Raja og Wetrhus, 2022-23). Den 5. januar 2023 fremmet Venstre et representantforslag på Stortinget som har til hensikt å øke barns personvern på nett. Forslaget inkluderer blant annet opprettelsen av et eget lovutvalg om bildedeling av barn og en ny lovparagraf i Barneloven som klargjør barns rett til privatliv (Almeland, Raja og Wetrhus, 2022-23). Venstre ber også regjeringen om å formulere et

⁶ NOU (2022). Ditt personvern – vårt felles ansvar — Tid for en personvernpolitikk. 2022:11. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2022-11/id2928543/>.

lovforslag som gir forbud for foresatte om å publisere barns persondata, inkludert bilder og videoer, for kommersielle hensikter på nett. Lovforslaget ble behandlet i Stortinget i april 2023 og ble ikke vedtatt. I stedet ble det henvist til anbefalingene fra Personvernkommissjonen fra NOU 2022:11⁷.

Utenfor Norge er det også flere europeiske land som har rettet søkelys på bedre beskyttelse for barn mot sharenting. Allerede i 2015 gjennomførte Tyskland en kampanje i sosiale medier som advarte foresatte mot å publisere bilder av barna sine på nett på grunn av økt risiko for at bildene kommer på avveie hos pedofile og andre overgripere. I USA er det flere politiske aktivister og lobbyister som ønsker en oppdatering av 'The Coogan Act' som ble vedtatt i 1939 (Suleiman, 2022). Loven beskytter barn som arbeidstakere innen skuespill, dans, musikk, sang og lignende arbeid som underholdere og innebærer at det barna tjener skal sikres og oppbevares for dem fram til de blir myndige. Flere etterspør at barn av foreldreinfluensere bør inkluderes i loven, men ingen reguleringer har foreløpig kommet på plass.

Når det gjelder lovverk knyttet til sharenting er det ett land i Europa som skiller seg ut ved innføringen av juridiske konsekvenser ved kommersiell bildedeling av barn under 16 år uten deres samtykke. En lov kalt «utnyttelse av barns bilder på sosiale medier» kom i 2020 i Frankrike som gir barn av influensere rett på arbeidskontrakt på lik linje med barn brukt som modeller i kommersielle reklamekampanjer. Inntektene barna tjener som influensere skal oppbevares for dem til de er fylt 16 år og foreldrene kan ta til seg maksimalt 10% av barnas inntekt. Denne loven ble videreutviklet i februar 2023, hvor et forslag om å gi barn juridisk rett til å eie sine egne bilder godkjent i den franske nasjonalforsamlingen. Dette innebærer at foresatte i Frankrike kan risikere å bli straffeforfulgt dersom de deler bilder eller annen personlig informasjon om barna sine uten deres samtykke (Blum-Ross & Livingstone, 2017).

2.6 Oppsummering og kunnskapshull

Sharenting har fått mer oppmerksomhet i de siste årene. Det er lite regulering når det gjelder foresattes delingspraksiser på sosiale medier, særlig i en norsk kontekst. Derimot finnes det pågående debatter og en stor interesse for å lovfeste unges rettigheter når det gjelder sharenting. Praksisene rundt deling varierer og det er forskjell på omfang, plattformene, mottakere, delingsmåter og type innhold. Det kan også skilles mellom foresatte og influensere, sist nevnte har ofte kommersielle interesser og mange følgere. Det finnes lite forskning på influensere i en norsk kontekst som er et kunnskapshull.

Litteraturgjennomgangen viser at det er lite forskning fra barn og unges perspektiv til tross for at det er de som blir utsatt for mulige negative konsekvenser. I litteraturen finnes det en diskurs som tar for seg risiko og brudd på personvern og setter søkelyset på foresatte. Denne litteraturen omtaler barn, men mangler unges perspektiv, erfaringer og meninger. Det er derfor behov for mer forsknings på unges tanker og erfaringer rundt sharenting både internasjonalt og i Norge.

Det er lite søkelys på sharenting fra et forbrukerperspektiv. Det er behov for å fremme at foresattes deling på sosiale medier både skaper inntekter for sosiale medier plattformer

⁷ <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Saker/Sak/?p=92134>

(datafication) ved salg av data til tredjeparter og inntekter fra annonsører som skreddersy reklame (Sadowski, 2019; van Dijck, 2014).

3. Metode

Dette kapittelet beskriver utvalget og etiske vurderinger, datainnsamlingen og hvordan dataene er analysert.

3.1 Utvalget og etiske vurderinger

Datainnsamlingen besto av tre fokusgrupper med (1) ti barn i alderen 9-12, (2) syv ungdommer i alderen 13-18 og (3) ni foresatte i alderen 34-57 og en workshop med fem foreldre mellom 39-57 som hadde med hvert et barn i alderen 10-17. Dataene ble samlet inn i april og mai 2023. De 36 deltakerne ble rekruttert gjennom byrået Norstat for å sikre både geografisk spredning i fokusgruppene og en kjønnsbalanse. Deltakerne i fokusgruppene ble rekruttert fra ulike fylker i Norge. Alle foresatte som ble invitert til å delta delte om barna sine på sosiale medier. Dette utvalgsriteriet ble bestemt for å sikre at alle kunne snakke om sine sharenting praksiser. Derimot hadde de unge både foresatte som ikke/svært sjelden delte om dem for å få ulike perspektiv, erfaringer og meninger om sharenting. Workshopen ble gjennomført fysisk for å gjøre flyten i samtalen mellom barn og voksne enklere. Deltakerne ble derfor rekruttert fra Oslo området og alle foresatte delte om barna sine på sosiale medier.

Prosjektet fikk etisk godkjenning av Kunnskapssektorens tjenesteleverandør (SIKT). Alle deltakerne ble informert om prosjektet og deres rettigheter på forhånd og samtykket skriftlig til å delta. I tillegg ble deltakerne muntlig informert om prosjektet og sine rettigheter i begynnelsen av hver fokusgruppe og workshopen. For deltakerne under 16 år samtykket foresatte skriftlig på veien av sine barn. De unge fikk muligheten til å trekke seg og stille spørsmål før samtalen i fokusgruppene og workshopen startet for å sikre at de ønsket å delta frivillig. Alle deltakerne fikk en påminnelse om at det kunne ta kontakt med prosjektlederen og kontaktinformasjon på slutten av fokusgruppene og workshopen.

Tabellene gir en oversikt over informantene og deres profil og viser selvrapporterte data fra deltakerne.

Tabell 1 Deltakere fokusgruppe (1) barn i aldersgruppen 9-12

Tildelt navn	Fylke	Kommune	Bosted	Alder	Kjønn	Deling på SoMe av foresatte
Aksel	Vestlandet	Bjørnafjorden	Bygda	11	Mann	Ja
Emma	Trøndelag	Trondheim	Storby	9	Kvinne	Ja
Emil	Innlandet	Elverum	Liten by	9	Mann	Nei
Lea	Viken	Lier	Tettsted	12	Kvinne	Nei
Lucas	Viken	Nordre Follo	Storby	12	Mann	Nei
Nora	Vestland	Bjørnafjord	Tettsted	12	Kvinne	Nei
Noa	Viken	Bærum	Storby	10	Mann	Ja
Oscar	Trøndelag	Steinkjer	Liten by	9	Mann	Ja
Olivia	Viken	Bærum	Tettsted	10	Kvinne	Ja
Sofie	Vestland	Bjørnafjorden	Liten by	9	Kvinne	Nei

Tabell 2 Deltaker fokusgruppe (2) ungdommer i aldersgruppen 13-18

Tildelt navn	Fylke	Kommune	Bosted	Alder	Kjønn	Deling på SoMe av foresatte
Ali	Oslo	Oslo	Storby	17	Mann	Ja
Jonathan	Vestland	Rennesøy	Tettsted	18	Mann	Nei
Jenny	Viken	Lunner	Liten by	17	Kvinne	Ja
Lilli	Vestland	Øygarden	Liten by	13	Kvinne	Nei
Matilde	Oslo	Oslo	Storby	17	Kvinne	Ja
Victor	Viken	Skedsmo	Liten by	16	Mann	Nei
Liam	Nordland	Bodø	Storby	14	Mann	Nei

Tabell 3 Deltakere fokusgruppe (3) foresatte i aldersgruppen 34-57

Tildelt navn	Bransje	Fylke	Kommune	Bosted	Alder	Kjønn	Utdanning
Dunja	Kommunal veiledning	Møre og Romsdal	Ulstein	Liten by	45	Kvinne	Høyskole/ Universitet 3 år
Halvard	Undervisning	Trøndelag	Levanger	Liten by	48	Mann	Høyskole/ Universitet 5 år eller mer
Guro	Mat	Aust-Agder	Lillesand	Liten by	47	Kvinne	Vgs.
Thor	Logistikk	Viken	Bærum	Tettsted	57	Mann	Vgs.
Øystein	Nav	Innland	Skjåk	Bygda	44	Mann	Høyskole/ Universitet 4 år
Helle	Coach innenfor etablering	Vestfold og Telemark	Skien	Liten by	44	Kvinne	Høyskole/ Universitet 5 år eller mer
Jacob	IT	Vestlandet	Stord	Liten by	34	Mann	Vgs.
Sigrid	Olje	Rogaland	Karmøy	Liten by	52	Kvinne	Vgs.
Marie	Finans og økonomi	Trøndelag	Trondheim	Storby	38	Kvinne	Høyskole/ Universitet 3 år

Tabell 4 Workshop deltakere (4) foresatte med sine barn

Tildelt navn foresatt	Alder	Kjønn	Sektor	Barn med alder	Utdanning	Tildelt navn barn/ungdom	Alder	Kjønn
Mari	53	Kvinne	Offentlig sektor	16	Høyskole/ Universitet 5 år eller mer	Vårin	16	Jente
Soju	39	Mann	Privat sektor	8	Vgs.	Amar	11	Gutt
Silje	43	Kvinne	Privat sektor	10	Høyskole/ Universitet 3 år	Aleksander	10	Gutt
Julie	51	Kvinne	Offentlig sektor	17	Høyskole/ Universitet 1 - 2 år	Celine	17	Jente
Marianne	52	Kvinne	Privat sektor	11	Høyskole/ Universitet 5 år eller mer	Henning	13	Gutt

3.2 Datainnsamling

Datainnsamlingen foregikk i to faser; først ble de tre fokusgruppene gjennomført og deretter workshopen. Fokusgruppene dannet et grunnlag for utviklingen av workshopen og det ble stilt supplerende og fordypende spørsmål.



Figur 1. Illustrasjon av datainnsamlingsprosessen

Alle deltakerne fikk et gavekort for å kompensere dem for tiden de brukte på å delta i prosjektet. Etter hver fokusgruppe og workshopen hadde prosjektmedlemmene en debriefing for å snakke om gjennomføring og for å lage et kort notat med hovedfunn og refleksjoner.

3.2.1 Fokusgruppene

Det ble utviklet to semistrukturerte intervjuguidere for å utforske sharenting praksiser, erfaringer og refleksjoner rundt praksisen (se vedlegg 1 og 2). Intervjuguidene til de voksne og til de unge ble utviklet basert på forskningsspørsmålene, kunnskapsgapet og litteraturgjennomgangen. Spørsmålene ble utviklet i flere runder mellom prosjektmedlemmene for å sikre at de var tydelige og relevante. Det ble tatt hensyn til at formuleringene til barn og unge måtte var tilpasset deres språk og utvikling som er diskutert som viktige poeng i metodelitteraturen (se for eksempel Hagerman, 2010; O'Reilly & Dogra, 2017).

Fokusgruppene ble gjennomført digitale ved bruk av videokonferanseprogrammet Zoom for å kunne inkludere deltakere med bosted i ulike deler av Norge. OsloMet sine retningslinjer for

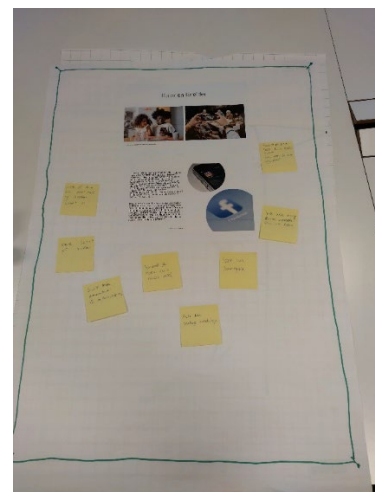
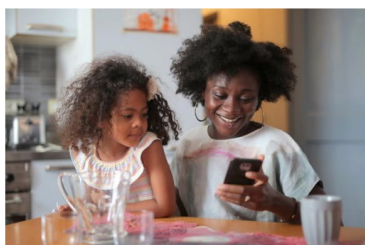
å sikre sikkerhet og god håndtering før, under og etter gjennomføring av digitale fokusgrupper ble fulgt med hensikt til å overholde deltakerne sikkerhet og personvern⁸. Fokusgruppene varte i 1,5 time og ble gjennomført på kvelden. Det ble lagt inn en kort pause i fokusgruppene med barn og unge. I starten av fokusgruppene ble deltakerne informert om prosjektet og sine rettigheter. Deretter ble det gjennomført en kort presentasjonsrunde etterfulgt av ulike spørsmålsblokker. Blokkene omhandlet sharenting praksisene, motivasjoner, digital kompetanse, risiko, influenser som deler om barna sine i både kommersielle og ikke kommersielle sammenheng, tiltak og anbefalinger og en avslutning. Det ble brukt en bildet basert metode (*photo elicitation*) med bilder av nordiske influenser som delte om barna sine i kommersielle og ikke-kommersielle kontekster. Metoden ble valgt ut for å engasjere deltakerne som beskrevet av Harper (2002).

3.2.2 Workshop

Opplegget til workshopen ble utviklet basert på litteraturen og kunnskapsgapet samt åpne spørsmål og hovedpoeng fra fokusgruppene. Workshopen ble gjennomført i SIFOs lokaler. Opplegget besto av en felles innledning og deretter en fase hvor barn og unge jobbet med et scenario basert på en tildelt rolle i det ene rommet mens de foresatte jobbet med to andre scenarier i det andre rommet. Deretter presenterte gruppen av foresatte og gruppen bestående av barn og unge hva de hadde diskutert. Dette dannet en samtalestart mellom de unge og voksne. Flere foresatte kom med spørsmål angående barn og unges perspektiv og noen av de unge kom med kritiske kommentarer til sine foresatte. Deretter diskuterte deltakerne to scenariobaserte roller i plenum og evaluerte workshopen muntlig.

Rollen til barn og unge omhandlet at de skulle sette seg inn i rollen til en forelder som ønsket å dele bilder av barna sine fra et selskap på sosiale medier og svare på en rekke spørsmål. Deltakerne satt seg inn i rollen og reflekterte over foresattes motivasjoner og perspektiv på sharenting praksiser. De diskuterte også hvordan de tenkte rundt deling av egne barn i fremtiden og generasjonsforskjeller. Hovedpoeng fra samtalen ble notert på Post-it lapper for å gjøre presentasjonen av funnene til de foresatte enklere.

Du er en forelder



Figur 2. Bilder av den scenariobaserte rollen barn og unge jobbet med (kilde til bildene på posteren: pexels askar abayev, pexels andrea piacquadro, pexels pixabay).

⁸ Informasjon om [rutiner for bruk av Zoom i forskningsintervjuer er tilgjengelig her](#).

Foresatte fikk rollen som en ungdom som delte om seg selv, men ønsket ikke at foreldrene delte for å ikke miste kontroll over egen identitet. I den andre rollen tok de foresatte rollen som et barn som var på ferie og hadde foresatte som ønsket å dele om barnet. Rollene skapte muligheten til å diskutere et ungt perspektiv og spørsmål knyttet til (digital) identitet, ansvar og teknologisk utvikling.

I plenum diskuterte alle deltakerne hva de hadde gjort dersom de hadde vært lærer og skulle ta opp temaet sharenting. Videre diskuterte de hva de hadde gjort som ansatt ved et departement med oppdraget om å jobbe med sharenting-tematikken. Samtalen tok for seg anbefalinger, tips og regulering rundt sharenting for å sikre en bedre digital oppvekst for barn og unge.

Å bruke scenariobaserte roller gjorde det mulig å skape forståelse, reflekter over og å ha samtale rundt sharenting praksiser. Det var også en mulighet for å aktivere deltakerne til å interagere og skape ny kunnskap som samsvarer med metodelitteraturen (se for eksempel Gorja, 2017; Yardley-Matwiejczuk, 1997). En metodisk observasjon var at deltakerne noen ganger hoppet mellom å innta en rolle og diskutere fra perspektivet og det å snakke fra sitt eget perspektiv. Formålet med metoden var å skape en god dialog, øke forståelsen og drøfte mulige tiltak.

3.3 Analyse av dataene

Fokusgruppene og workshopen ble transkribert ordrett med hjelp av programmet F4 og alle navn og stedsnavn ble anonymisert. Alle deltakerne ble tildelt nye navn for å sikre deres anonymitet.

Prosjektet ble gjennomført med en tematisk analyse som hadde en abduktiv tilnærming (Braun et al., 2022). Først ble materialet lest og diskutert og en kodebok utviklet basert på litteraturgjennomgangen og notatene fra fokusgruppene og workshopen. Deretter ble de transkriberte intervjuene kodet ved hjelp av analyseprogrammet NVivo. Under kodingen ble flere koder lagd til, og kodingen ble gjennomført iterativ. Kodene omfattet både mer deskriptive koder som presenteres i resultatdelen og analytiske koder som inngår i diskusjonen som for eksempel «delepraksiser», "motivasjon", "risiko", "samtykke" og "identitet". Kodene ble organisert i overordnede koder og underordnede koder med for eksempel «deepfakes», og «mobbing» som underkoder av «risiko». Memo- og kommentarfunksjonen ble tatt i bruk for å notere nøkkelobservasjoner og spørsmål til de andre prosjektmedlemmene som anbefalt av Jackson and Bazeley (2019). Kodeprosessen og kodingen ble diskutert og større temaer som for eksempel «identitetskonflikter» ble identifisert ved hjelp av kodingen og memoene som blir presentert i diskusjonsdelen.

4. Analyse og diskusjon

4.1 Foresattes delingspraksiser

Siden deltakerne i studien var rekruttert basert på om de deler om barna sine i sosiale medier, har alle de foresatte⁹ i studien bidratt med sharenting. Likevel varierer delingspraksisene mellom foresatte. I dette delkapittelet ser vi på i hvilken grad foresatte deler om barna sine, hvilke plattformer de bruker til sharenting, hva de deler og med hvem de deler.

De fleste foreldrene i studien uttrykker at de ikke deler så mye om barna sine i sosiale medier. Når de deler er det gjerne fra spesielle anledninger som bursdager, julaften, konfirmasjon og lignende.

Guro (47 år): Jeg deler ikke så mye av dem, men når jeg deler så er det stort sett kanskje når de har bursdag eller hvis det er en spesiell dag liksom julaften eller konfirmasjon eller sånne ting.

Thor (57 år): Ja, hvis det er merkedager hvis det er bursdager det kan være ja altså milepærer de har nådd i form av konfirmasjon eller andre ting da, så er det en på en måte slags delingsmotivasjon.

Flere av barna og ungdommene i studien sier også at foreldrene deres deler lite om dem. De peker på, i likhet med foreldrene, at dersom foreldrene deler om dem er det gjerne når de har bursdag eller andre spesielle anledninger. Likevel er det to jenter på 17 år som opplever at foreldrene deler mye om dem:

Jenny (17 år): Begge foreldrene mine, spesielt faren min liker å dele ting om meg på Facebook og sånt.

Matilde (17 år): Moren min er veldig glad i å oppdatere om livet mitt til vennene sine på Facebook og Instagram.

Vårt datamateriale kan ikke si noe om forskjeller mellom kjønn da respondentene er rekruttert basert på om de deler om barna sine i sosiale medier, og i datamaterialet er det både fedre og mødre som deler om barna sine. De fleste foreldrene i studien bruker sosiale medier som Facebook, Instagram og Snapchat. De bruker plattformene ulikt og Facebook og Instagram blir ofte brukt til å dele innhold fra spesielle anledninger som bursdag og ferier, mens Snapchat i større grad blir brukt til å dele mer hverdagslige øyeblikk. Marie (38 år) sier blant annet:

Jeg føler på Instagram og litt på Facebook så er det bursdager og ferier og litt sånn høydepunkt mens Snapchat blir litt mer sånn dagligdags ja.

⁹ Vi bruker ordet foresatte og foreldrene i resultats- og diskusjonsdelen fordi alle deltakerne er foreldre i vårt utvalg.

Flere av foreldrene gir uttrykk for at bruken av Facebook har endret seg over tid fra å bli mye brukt til å dele bilder og innhold på til å i større grad bli brukt mer til å organisere ulike aktiviteter med skolen, dugnader og idrettslag. Thor (57 år) uttrykker det slik:

Det har vel kanskje også forandret seg litt at man brukte Facebook litt mer til bildedeling av barn og sånt for noen år tilbake og så em, så har på en måte Snapchat og til dels også Instagram overtatt. Facebook er jo veldig takknemlig i forhold til å kunne nå ut til mange på en enkel måte da, å få rask respons i forhold til dugnader, i forhold til organisering av idrettsgrupper og så videre og så videre.

Det at man deler ulikt innhold på de ulike plattformene samsvarer med hva som er blitt funnet i tidligere litteratur (e.g. litteraturgjennomgangen til Cino, 2021). Litteraturen viser til at en på Instagram ofte deler polerte og idylliske bilder, mens en på andre plattformer deler mer hverdagslige bilder. Dette henger sammen med hvem som er mottakeren av innholdet foreldrene deler.

Både barn, ungdom og voksne peker på at foreldrene i størst grad deler innhold av dem med venner og familie. De fleste deler til et begrenset antall mottakere, mens de kan dele til flere mottakere dersom det er spesielle anledninger.

Mange av foreldrene i studien gav også uttrykk for at deres delingspraksiser hadde endret seg over tid. Da barna var mindre var det vanligere at de la ut bilder av dem, mens når de ble større så ble barna mer bevisst på hva som ble lagt ut, og de la ut mindre innhold om barna sine. Dette samsvarer også med litteraturen som viser at foreldre i mindre grad deler innhold om barna sine på sosiale medier i ungdomsåra og mer av dem når de er yngre (Cino, 2021; Livingstone et al., 2018). En grunn til dette er at når barna når en viss alder begynner de ofte selv å bruke sosiale medier, og dermed vil de forme sin egen digitale identitet og sier tydeligere ifra til foresatte om hva som er greit å dele eller ikke (Lipu and Siibak 2019).

4.2 Motivasjoner for deling

Barn, ungdom og foreldre peker på flere grunner til hvorfor foreldre deler innhold om barna sine i sosiale medier. I dette delkapittelet ser vi nærmere på motivasjoner til sharenting fra både voksnes, barn og unges perspektiver.

4.2.1 Minneskaping

Flere av foreldrene ga uttrykk for at sosiale medier gir en fin og ryddig mulighet til å samle minner om barnas oppvekst. Blant annet nevnte noen av foreldrene at de synes det er fint at sosiale medier viser minner fra innhold som har blitt delt på samme dato tidligere år. Dunja (45) forteller for eksempel at hun synes det er veldig kjekt å få opp minner på sin Facebook-profil:

Som noen sa før, så er det veldig kjekt å få sånne minner som kommer tilbake på Facebook fordi det blir jo litt sånn på en måte album for oss en sånn lagringsplass for oss da fra de var små, men det stoppet i en viss alder og så er det ingenting oppover da.

Som Dunja påpeker i dette sitatet, brukes gjerne sosiale medier til å dele minner fra barna var små. Derimot ble det delt mindre bilder av barna når de var eldre.

Flere av foreldrene i studien sier også at de bruker sosiale medier til å lage et slags nettbasert fotoalbum. Jacob (34 år) peker på at han bruker sosiale medier «mest for oss selv. Det blir litt vårt album, det ser jeg på i hvert fall, veldig kjekt å bruke det som det». Mari (53) støtter oppunder dette:

Vi printer ikke ut bilder som før, vi har andre typer minnebøker. Jeg har brukt, var det Japan [photo]? Så tenkte jeg å lage minnebok på Facebook liksom sånn som jeg kan ta fram senere. Siste albumet, det lagde jeg vel til konfirmasjonen til datteren min faktisk.

Også barn og unge uttrykker at de tror foreldre deler innhold om barna sine i sosiale medier fordi de vil samle gode minner om dem.

Live (forsker): Hvorfor tenker dere at foreldre vil legge ut bilder av barna sine på sosiale medier?

Celine (17 år): Jeg ville tenkt at det er for å dele liksom til de som ikke er der som slektninger som bor langt unna og ser at hele familien er samlet liksom. Også for å ha det lagret et sted som man kan se tilbake på for da vet man på en måte hvor man har det.

Vårin (16 år): Ja det å dele tider og minner og veldig fine ting og at andre også kan se hvor koselig dere har det da.

Amar (11 år): Samme.

Samtalen illustrerer at minner kan være en viktig motivasjon til sharenting. Likevel understreker barn og unge at foreldre ikke deler kun for å samle minner, men også for at en eller flere mottakere skal kunne se innholdet som er delt i sosiale medier. Olivia (12 år) støtter opp om dette og sier at foreldre vil dele for «at man vil dele minnene med flere». De neste to avsnittene ser nærmere på dette og viser at mottakeren spiller en sentral rolle i foreldres motivasjon for sharenting.

4.2.2 Sosiale forhold og kontakt

Flere av deltakerne i studien legger vekt på at sosiale medier gir en god mulighet til å kommunisere og holde kontakt med venner og familie. Blant annet sier Amar (11 år) som har besteforeldre som bor langt vekk:

Amar (11 år): Jeg har besteforeldre i [land i Asia] og de blir veldig glade når vi sender bilder når jeg har det gøy.

En samtale mellom Dunja og Sigrid understreker dette, og de sier at sosial medier gir en fin mulighet for familiemedlemmer til å følge med på barnas oppvekst:

Dunja (45 år): Så jeg òg kjenner litt på den du får jo være med en del av oppveksten og da i lag med disse ungene i og med at vi bor, vi er ganske spredt hele familie rundt i verden og det er egentlig vanskelig å holde kontakt ellers, så på en måte sosiale medier og deling av unger blir jo en på en måte at de andre blir en del av oppveksten deres da, at de kan følge med både på aktiviteter og hva de driver med, hva de liker og hvordan de ser ut hvis de møtes kanskje en gang og ikke kjenner hverandre igjen da.

Sigrd (52 år): Det er jo samme her òg, det er nær familie litt rundt omkring og de synes det er veldig gøy og de føler at de kjenner mine unger litt mer ved å se bilder og å se hva de holder på med i hverdagen kontra det før da jeg ringte i telefonen i fem, ti minutter for å si det viktige og så la på. Så tanter og søskenbarn og sånt synes det er veldig gøy å følge familien på den måten.

Samtalen mellom Dunja og Sigrd illustrerer at når foreldre deler innhold med familie og venner i sosiale medier, kan det i større grad være mer hverdagsøyeblikk som de deler i lukkede venner- og familiegrupper. Et sitat fra Jacob (34 år) viser støtte til dette:

Jeg bruker litt Snap, altså det blir ofte sånne situasjonsbilder eller videoer da sant. Gutten lærte seg å sykle her om dagen og vi tok en video og sendte det til tanter og onkler, litt sånne øyeblikksting der du kan vise personer som du ønsker skal være med.

På Workshopen da barn og unge skulle ta rollen som foreldre snakket vi om foreldre føler på press på å oppdatere familie og venner gjennom sosiale medier:

Clara (forsker): Tror dere hvis dere hadde vært foreldre at dere kunne ha følt litt sånn forventning fra slekt eller venner om å få se ungen?

Celine (17 år): Ja, jeg tror det fordi jeg vet at mine slektninger som bor langt unna setter pris på når de får bildet når jeg gjør et eller annet spesielt, så jeg tror at det er en forventning at du blir holdt oppdatert på det som skjer i barnets liv. Når sånne store ting skjer som de som bor langt unna ikke har mulighet til å være med på, men at de fortsatt føler at de får lov til å være en del av det.

Vårin (16 år): Ja jeg tror også det, man ser jo litt på forventinger å få det, men da at man heller i stedet for å liksom, kanskje ikke legge ut på sosiale medier, men heller sende privat da i familiechat eller noe sånt.

Vi snakket også om dette temaet med foreldrene i fokusgruppeintervjuet. Der forteller Marie (38 år) at hun ikke føler på noe press for å dele om barna sine i sosiale medier, men at hun har gjort det som Vårin foreslår, nemlig at hun har opprettet et delt album med besteforeldrene til barna slik at det er kun dem som er mottaker av innholdet hun deler:

Marie (38 år): Jeg føler ikke på noe press i det hele tatt. Og tingen er som regel at jeg ikke har lagt ut noe. Og jeg har svigerforeldre, altså besteforeldrene til ungene som bor veldig langt unna og der har vi et sånt eget album, iPhone album. Det er ikke sosiale medier, men de har tilgang til et album hvor vi legger inn masse bilder hele tida. Så de holdes oppdatert på den måte, ikke via sosiale medier.

4.2.3 Fremvisning av barna

En annen viktig grunn til sharenting nevnt av deltakerne i studien er at foresatte deler innhold av barna sine for å vise dem fram. Foreldrene i studien sier blant annet at de deler av barna sine for å skryte av dem og dele noe positivt om dem. Et eksempel er Marie (38 år) som deler innhold om datteren sin for å vise at hun er stolt av henne både til andre, men også til datteren selv for å bygge opp hennes selvtillit.

Marie (38 år): Deler av dattera mi hvis hun er med i teaterforestillinger og sånne type ting at det blir litt sånn skryt av henne, at hun også er stolt av det da og at det på en måte kan bygge litt selvtillit at hun vet at andre er stolt av henne.

Sigrid (52 år) sier også at hun deler av barna sine fordi hun er stolt av dem og hun ønsker at dette skal bli oppfattet som noe positivt:

For min del så er det jo bare for at jeg er stolt over de og jeg deler bilder og jeg er glad i dem. Jeg gjør det jo kun for at det skal være positivt. Jeg ønsker ikke at det skal oppfattes som negativt.

Videre sier Jacob (34 år) at han sender skrytebilder av barna sine når de for eksempel får til noe nytt:

Altså det blir litt sånne skrytebilder og videoer og sånt hvis de får til noe og sånne ting sender jeg òg.

Her spesifiserer ikke foreldrene i like stor grad hvem mottakeren er. Men, som vi var innpå under 4.1, er det vanlig at foreldre deler innhold av barna sine med flere mottakere når de deler fra store begivenheter som bursdag, konfirmasjon, skoleavslutning eller lignende. Det kan derfor tenkes at slike «skrytebilder» fra viktige anledninger i barnas liv vil nå flere mottakere. Mathilde (17 år) er litt inne på dette og sier at foreldre gjerne vil skryte av barna sine når de når visse milepæler i livene sine, og at de gjerne vil vise både familie, venner og gamle venner hvor flinke barna deres er:

Mathilde (17 år): Jeg vil tro sånn i sammenheng med familie, bursdager, og litt sånt store begivenheter i barnas liv sånn konfirmasjon eller når de går ut fra barne- og ungdomsskole og videregående og sånt. Litt sånne milepæler i livet fordi det er jo morsomt for familie og deres venner da blir det litt sånn skryt til gamle venner og sånt "oh se barna mine er så flinke, de klarer dette"

Jenny (17 år) setter deg inn i foreldenes rolle og sier at hun skjønner godt hvorfor foreldre deler skrytebilder av barna sine, og at dette er noe hun også ville gjort dersom hun hadde barn:

Jeg tror de liker å vise frem barna sine da. Det er jo koselig å legge ut bilde av barna sine, eller jeg ville gjort det når jeg blir eldre liksom lagd ut masse bilder av barna fordi man er liksom stolt av dem og sånt. Og hvis de gjør noe så vil du jo vise dem frem og på en måte skryte litt da. Så jeg skjønner det jo veldig godt. Jeg vil gjøre det samme i fremtida mest sannsynlig.

Også de minste barna i studien mente at foreldrene delte om dem for å vise dem fram i sosiale medier fordi foreldrene blant annet var stolte av dem:

Clara (forsker): Hvorfor tror dere at voksne deler om barna sine?

Olivia (12 år): Kanskje de er stolte av barna sine eller noe sånt. Det kan jo være at de bare deler for kjærlighet, for bilder de synes er fine.

Sofie (10 år): Kanskje for hvis man, hvis jeg har bursdag liksom da legger de kanskje ut sånne bilder av meg og en kake eller noe.

Aksel (11 år): Det er sikkert fordi de er stolte over noe de har gjort eller noe.

Oscar (9 år) mente også at en grunn til at foreldrene delte om barna sine var «for å bli populære». Dette er noe som det er blitt lagt mye vekt på i litteraturen på foresattes sharenting-praksiser: Gjennom sharenting kan foreldre forme sin egen digitale identitet og framstå som «gode foreldre» når de deler innhold av barna sine der barna framstår i et godt lys, for eksempel at de er ferdig med skolegang eller lignende (Holiday et al., 2022; Bhroin et al., 2022).

Noen av foreldrene i studien var inne på dette og mente at det man deler i sosiale medier ikke nødvendigvis samsvarer med virkeligheten, men at man bruker sosiale medier til å forme et idyllisk bilde av for eksempel familien på tur, nettopp for å lage en fin presentasjon av seg selv i sosiale medier. Selv om innholdet som blir delt i sosiale medier viser en positiv opplevelse, har det kanskje likevel vært mye krangling og utfordringer på turen som ikke blir vist fram. Halvard (48 år) reflekterer over dette:

Det er ikke bare sånne turbilder der barn og unge ser veldig fornøyde ut det er sånn familieidyll, så er det nok kanskje bare et sånt øyeblikksbilde som man har tatt der og da, men det er ikke sikkert at det har vært sånn på turen dit, men det var akkurat da og da så var det veldig flott og fint og så er det det som var inntrykket i etterkant. Men det er ikke sikkert de blir like fornøyde de som ble tatt bilde av der heller, så (latter) det er litt forskjellig da, men ja.

Jacob (34 år) er enig og sier at han deler slike bilder selv, men at det kanskje har vært en kjip tur for å nå målet likevel:

Jacob (34 år): Ja da, det kjenner jeg jo selv igjen og jeg gjør det selv. Mye av det er jo bare dritt og så er det kjekt å komme frem eller hvis det var et mål om noen topp eller noe et eller annet plass jeg skulle gå til, veien til det var kanskje bitter.

Silje (43 år) mener også at det kan være et press på at man må legge ut skrytebilder på sosiale medier:

Jeg føler av og til er det nesten en press på at du må jo legge ut bildet over hvor høyt du elsker mannen din for eksempel på bursdagen hans.

4.2.4 Betydningen av tilbakemelding

Vi har sett at foresatte ønsker å dele innhold av barna sine for å skryte av dem, men også for å få likes og kommentarer (Verswijvel et al. 2019). Dette var derfor et tema som vi diskuterte med foreldrene på fokusgruppeintervjuet.

Thor (57 år): Det ligger vel litt implisitt i at man ønsker en tilbakemelding i forhold til em i form av reaksjoner da når man går til skryt og legger ut. Det er vel liksom ingen reaksjon er jo «hva har man, hva er det man har lagt ut feil» i forhold til var det noe upassende eller noe som ikke burde har vært ute.

Sigrid (52 år): Jeg synes det er jo alltid gøy å få et like eller en kommentar og sånt og jeg må jo si at hvis det er ingen som hadde kommentert så

hadde jeg begynt å lure på om jeg har, har jeg delt det eller er det bare til meg selv liksom. Jeg hadde jo gått inn og sjekket fordi det er jo veldig, du har jo lyst på ett, en liten tommel eller et hjerte eller hva det måtte være for noe, så ja jeg må si det er kjekt å få tilbakemelding, men det er ikke krise. Det er ikke, det er ikke grunnen til at jeg deler at alle skal trykke like på ting.

Som disse to sitatene illustrerer, er foreldrene opptatt av tilbakemeldinger. Dersom de foresatte ikke får tilbakemelding på det de deler i sosiale medier lurer de på om noe er galt med det de har lagt ut, eller om de har gjort noe feil slik at det som er lagt ut ikke blir sett av mottakerne. En løsning er da at de går inn og sjekker om alt er lagt ut på riktig måte. Likevel mener Sigrid at målet om tilbakemelding ikke er hovedgrunnen til at hun deler, men at det er gøy å få en like eller kommentar. Guro (47 år) på den andre siden har i større grad reflektert over hvordan man i størst mulig grad kan få tilbakemelding på det man deler i sosiale medier. Hun sier at hvilket tidspunkt man deler innhold på sosiale medier har betydning for i hvilken grad man får likes og kommentarer på innholdet sitt:

Så tenker du kanskje på om du først legger ut, så er det større sjanse for at du får respons når du legger ut si etter klokka 20 da når folk er hjemme og kan slappe av og sånne ting, men gjør du klokka 13 når folk er på jobb så blir du kanskje litt bevisst på det når du legger ut hvis du vil få flere kommentarer.

En av foreldrene i studien snakket også om en venninne av henne som deler veldig mye om barna sine. Vi spurte derfor om hvorfor hun trodde at venninnen delte så mye om barna sine. Da mente hun at det var fordi dette var en måte som venninnen kunne fylle opp sitt behov for å bli sett og for å vise fram seg selv. Hun sier videre at dette er et behov alle mennesker har, men at man bruker forskjellige virkemidler for å nå dette behovet. Sosiale medier kan være en mulighet for å nå behovet om oppmerksomhet og å bli sett.

Live (forsker): Hva tenker du er hennes [venninnen som deler mye] motivasjon for å dele om barna?

Marianne (52 år): Altså akkurat denne personen hun deler mye av alt på en måte ikke bare barn, men av livet sitt. Så jeg tenker nok at det er et litt sånn behov for å bli sett da som vi alle har, men vi bruker forskjellige virkemidler eller vi gjør det på forskjellige måter og noen har mer behov enn andre sikkert. Men jeg tenker at det er et sånt behov for å vise frem at ting går bra kanskje eller, eller connection av en eller annen slag.

4.2.5 Oppsummering

Motivasjoner nevnt av foreldrene i denne studien samsvarer med motivasjonene vi identifiserte i litteraturgjennomgangen fra tidligere forskning; foresatte deler for å vise fram barna sine (og dermed også seg selv), dele med venner og familie og for å samle minner. I litteraturgjennomgangen ble det i tillegg nevnt en fjerde motivasjon for sharenting, nemlig å samhandle med foresatte i lignende situasjoner. Denne motivasjonen ble ikke nevnt av foreldrene i denne studien. Det er også verdt å merke seg at flere av de minste barna ikke hadde reflektert over hvorfor foreldrene delte innhold om dem i sosiale medier. Da de ble spurt om hvorfor de trodde at foreldrene delte om dem svarte to av de minste barna i studien at de var usikre. Til slutt er var det også noen deltakere i studien som reflekterte over grunner til at foreldre ikke deltar i sharenting:

Clara (forsker): Hvorfor tro dere at noen velger å ikke dele om barna sine?

Jenny (17 år): Det er vel mange som liker å ha livet sitt privat og ikke dele alt, som jo er en ganske bra ting fordi man burde ikke dele alt i livet sitt, men jeg tror det handler veldig mye om at mange vil ha livet sitt privat og kanskje heller ikke vet hvordan sosiale medier fungerer også da. Men jeg tror det handler mest om at mange vil holde det privat og kanskje ikke liker å dele ting.

Victor (16 år): Jeg tenker også det og så er man ikke så interessert i å legge ut ting kanskje?

En forelder i studien sier at hun ikke vil dele mye om barna sine på grunn av sin bakgrunn blant annet i politiet.

Julie (51 år): Jeg ser jo andre som deler ekstremt mye bilder av egne barn, jeg ville jo aldri ha gjort det. Men det er sikkert for at jeg har den bakgrunnen jeg har. Jeg kunne jo sikkert ha delt noen bursdagsbilder, det har jeg gjort altså, og et og annet feriebilde, men ikke noe sånt nærbilde av barna, så hvis noen blåser det opp så er det bare korn for du ser dem ikke, det er langt unna.

I del 4.3 ser vi mer detaljert på hva deltakerne syns er greit og ikke greit å dele om barn og unge i sosiale medier, og betydningen av samtykke.

4.3 Samtykke – hva er greit å dele?

Et viktig tema i litteraturen har vært hvordan foresatte involverer barna sine når de deler innhold om dem i sosiale medier. Tidligere forskning viser at barn og unge helst vil at foreldre skal spørre om samtykke før de deler innhold om dem i sosiale medier (Ouvrein og Verswijvel, 2019). Forskningen viser videre at foreldre i mindre grad spør om samtykke før de deler innhold om barn i sosiale medier som fører til et gap mellom unges ønsker og foreldres handlinger (Lipu og Siibak, 2019). Dette avsnittet ser nærmere på dette. Først ser vi på i hvilken grad foreldre spør om samtykke når de deler innhold om barna sine i sosiale medier. Deretter ser vi på hvordan barna blir involvert i sharenting-prosessen. Til slutt ser vi på hvilke tanker barn, unge og foreldre har rundt hva som er greit og ikke greit å dele om barn og unge i sosiale medier.

4.3.1 Betydningen av samtykke

Resultat fra fokusgruppeintervjuene viser at barn og unge ønsker at foreldrene spør om samtykke før de deler innhold om dem i sosiale medier.

Vårin 16 år: Det er lurt å spørre tenker jeg fordi det er jo det at altså foreldrene ville jo tenke at du er nydelig på alle bilder liksom, men man vil jo selv kanskje ikke tenke akkurat det da.

I sitatet over legger Vårin vekt på at foreldrene alltid syns at barna deres er nydelige, men at ikke nødvendigvis barna er enig i at bildet de deler er fint. Derfor er det lurt å spørre først. Flere av barna er enig i dette og at uheldige bilder blant annet kan føre til at barnet blir mobbet. Jonathan (18 år) mener at foreldre ikke er nok kritiske til hva de legger ut. Flere

foreldre han kjenner legger ut bilder av barna sine som er imot barnas ønske om hvordan de vil bli framstilt i sosiale medier.

Jonathan (18 år): Foreldre føler jeg har mindre grenser for hva de legger ut. Selv om mine foreldre ikke legger ut så har jeg sett hva andre foreldre legger ut. Og de legger jo ut ofte mot ungene sine ønsker og bilder de ungene ikke liker så godt for eksempel fordi de ikke ser helt sånn har jeg lyst til å se ut liksom fremstår for vennene sine hvis de ser det. Mens unge mer legger ut litt sånne ting de føler seg okay med liksom hvis de legger ut noe i det hele tatt.

Vårt datamateriale viser at ikke alle foreldrene i studien spør før de deler innhold av barna sine i sosiale medier. Blant annet sier en mamma at hun har delt feriebilder av sønnen sin uten å spørre om samtykke av barnet sitt først. En annen mamma forteller at hun inntil nylig ikke har spurt om samtykke når hun har delt innhold om barna sine.

Mari (53 år): Jeg må innrømme at jeg egentlig ikke har gjort det til ganske nylig, eller sånn, eller til at jeg har skjønt at dette vil hun ikke. Men jeg har ikke lagt ut noe så veldig gærent heller altså. Og på bursdager så har vi en hatt som går på omgang, vi har bursdager i februar og mars alle sammen og denne blir lagt ut på Facebook og det er liksom sånn opplest og vedtatt og enstemmig. Så det spør jeg aldri om heller så da må de tenke at da må de si ifra hvis de plutselig ikke vil det.

Sitatet fra Mari illustrerer at hun ikke har lagt ut noe «veldig gærent», som vi kan tolke til at hun derfor ikke har sett på det som veldig ille at hun ikke har spurt om samtykke før hun deler. Likevel, som Vårin påpeker, er det ikke alltid et samsvar mellom hva voksne syns er greit å dele av barna sine og hva barn og unge tenker er greit at foreldrene deler om dem. Også tidligere forskning viser til at det ikke nødvendigvis er et samsvar mellom det foreldre og unge syns er et greit bilde å dele i sosiale medier (Lipu og Siibak, 2019). Videre sier Mari at tradisjonen de har med å dele bilder av familiemedlemmene som har bursdag med en hatt på hodet er en opplest og vedtatt tradisjon som hun derfor ikke trenger å spørre om samtykke til å dele. Da må barna heller selv si i fra selv dersom de ikke vil at et slikt bilde skal bli delt i sosiale medier. På linje med Mari, sier også Jacob at barna hans må si i fra selv viss de ikke vil at noe skal bli delt om dem i sosiale medier. Han reflekterer videre over at kanskje det helst ikke burde være slik.

Jacob (34 år): I vårt tilfelle så vet de i hvert fall da at det har blitt delt bilder på Instagram og nå da han eldste har kommet inn på det selv så har han jo et bevist forhold til det. Mellomstore er liksom klar over det og av og til kan han tale og kan han si «ikke del det med noen» «okay greit». Sant liksom ikke sånn det skal være kanskje sånn at de skal si ifra, men, men de vet i hvert fall om at de bildene er på internett og det betyr at noen kan se de da av venner og familie og sånne ting.

Marianne (52 år) forteller på den andre siden at hun alltid spør om samtykke før hun deler om barna sine, og respekterer svaret deres:

For meg så er det viktigere at barna har kontroll på hva de ønsker selv enn at jeg skal bestemme hva som, altså hva jeg ønsker å si da med å legge ut det så jeg tenker at så lenge det er bilder av dem så må de få lov til å ha liksom vetoretten i det. Men jeg har jo lagt ut noen bursdagsbilder og sånt

jeg også det er ikke det, men etter at de ble store nok så har jeg jo spurt om hele veien liksom sånn er det greit, og jeg respektere datteren min som ikke vil bli postet noen ting om og ikke vil bli tatt bilder av heller så jeg får liksom lov til å ta to bilder i året. Jeg har liksom sagt «nå vil jeg ta det bidet», «okay da».

I tråd med Marianne går Thor så lang som å si at det er tabu å ikke spørre barna om samtykke før man deler innhold om dem i sosiale medier:

Thor (57 år): Jeg vil si at det passes på uansett hvor, når man har barn i, i tenårene du legger ikke ut eller, det er implisitt. Det å legge ut et bilde uten å ha spurt er, ja, det er tabu.

De fleste barn og unge i studien sier at foreldrene spør dem før de deler om dem. Nora (12 år) sier blant annet at hun ikke vil at foreldrene hennes skal dele om henne i sosiale medier, og at dette er noe foreldrene hennes respekterer. Lucas (12 år) og Emma (9 år) sier at foreldrene deres kan dele om dem, men da må de spørre om tillatelse først. Noen barn i studien blir derimot ikke spurt om tillatelse før foreldrene deler om dem. Videre er det også noen som sier at foreldrene delte mye om dem før uten å spørre om tillatelse, men at de i større grad har begynt å spørre om samtykke før de deler nå.

Jenny (17 år): De pleide ikke å gjøre det før [spørre om samtykke]. Men nå har de begynt å spørre litt mer fordi jeg har sagt ifra ikke legg ut det bilde av meg eller noe sånt. Så nå spør de.

Helene (forsker): Men du måtte på en måte begynne å si ifra først?

Jenny (17 år): Ja fordi jeg var sånn, de la ut et stygt bilde av meg og da var jeg sånn det her kan dere ikke legge ut liksom og da var det sånn dere må spørre fremover.

Matilde (17 år): Det er litt det samme med mine foreldre sånn før så var det legge ut alt med en gang, men jeg har sagt vel ifra fordi det var veldig mye bilder jeg ikke var så fan av og fortsatt mine venner fikk tak i alle bildene og det var ikke helt det jeg ønsket, så der har de begynt å bli flinkere til å spørre, men noen ganger så tenker de sånt «dette må gå bra uansett», men de pleier å være ganske greie hvis jeg sier ifra «hei jeg likte ikke det bildet», så fjerner de det liksom.

Også i disse tilfellene er det barna selv som har måttet si tydelig ifra om at foreldrene ikke får lov til å dele innhold om dem i sosiale medier før de spør om tillatelse. Sitatene viser at foreldrene ikke spurte om samtykke til deling før, men etter at ungdommene sa tydelig ifra har de i større grad begynt å spørre om samtykke før de deler. Likevel deler de fortsatt noe innhold om dem uten å spørre da de tenker at dette må gå fint å dele.

Flere av foreldrene i studien sier at de har blitt mer oppmerksomme på at barna deres ikke vil at alt skal deles om dem i sosiale medier. Som en konsekvens av dette har de i større grad begynt å spørre om samtykke før de deler innhold om barna sine.

Sigrid (52 år): Nå må jeg si at jeg har jo fått tydelig beskjed nå etter at de har blitt eldre at alt som ble lagd ut må godkjennes. Så det skal det jo etter lov og regler, så det har blitt mindre deling enn før da gikk jo alt på Facebook i starten da man begynte. I hvert fall da jeg så ikke noe gærent

med det, så da visste vi ikke bedre, men nå har vi fått klar tilbakemelding av både fra folk fra politiet og ungene selv at alt skal godkjennes.

Sigrd sier at hun har forstått seg mer på hva barna hennes tenker om sharenting, både som en konsekvens av at hun har lært over tid av barna selv, men også av politiet. Videre sier Halvard at også mediene har hatt en betydning for å øke foreldres bevissthet rundt sharenting:

Halvard (48 år): Det har jo vært mye i det siste at mediene at de [barn og unge] har jo en rett til å få lov til å si selv bilder som blir lagd ut, så da kan du ikke bare legge ut uten at de har gitt tillatelse til det. Så det er jo egentlig veldig, veldig greit, så man må respektere det.

Vårin støtter opp under dette og sier at hun merker at moren hennes har blitt mye flinkere til å høre på hennes ønsker.

Vårin (16 år): Jeg merker jo at mamma har blitt mye flinkere på det selvfølgelig sånn når jeg var mindre så var det mye mer deling av bilder og selvfølgelig da brydde jeg meg ikke noe særlig, men etter hvert som jeg begynte å bry meg og sagt ifra så merker jeg at mamma har blitt mye flinkere på å ta høre på meg da, litt mer bevisst og hun har begynt å spørre også.

Også Mari reflekterer over at det ideelle er å spørre om samtykke før man deler. Men foreldrene må også være bevisste på hva man legger ut, det skal ikke være noe kropp eller nakenbilder, for eksempel. Hun sier videre at dersom man ikke legger ut noen slik type bilder, men er reflekterte og bevisste på hva man legger ut, så er det ikke like ille dersom barnet blir flau over det som er delt i sosiale medier. Dersom man har delt et bilde som barnet ikke liker går det også an å gå inn å slette bildet.

Mari (38 år): Det ideelle, eller fasiten er jo at vi skal spørre de. Det tenker jeg sånn som, nettopp fordi vi ikke vet, men sånn som at hvis vi legger ut for når, jeg tenker på at jeg er veldig bevisst på hva jeg legger ut, at det ikke skal være noe, eller det kan jo kanskje ha vært pinlig, men ikke noe kropp eller sånn nakenbilder eller noen sånne ting. Så tenker jeg på at det gjør ingenting selv om de blir flau over det ett år eller to etter så er ikke det noe skade skjedd holdt jeg på å si. Da kan vi heller si ååh det var dumt og så kan de gå å kose seg litt med å være flau over det. og så tenker jeg at det for det er ikke lett å fjerne, det er faktisk ting som jeg har fjernet fra Facebook som jeg la ut og så ble ho liksom du kan ikke legge ut det og da så tok jeg å fjernet med en gang. Ja, da spurte jeg ikke først, men eh (ler). Men det er ikke noe sånn fare, så tenker jeg på at hvis de ligger der så er det liksom ikke noe sånn stor skade som har skjedd. Ikke noe som følger deg i jobbsammenheng eller eh på skolen eller.

Flere av de andre foreldrene i studien sier også at de har måttet slette ting i ettertid. Blant annet sier Dunja (45 år) at «når dem ble eldre måtte jeg tilbake og slette bilder som lå på Facebook». Dette er også noe Thor (57 år) har gjort: «Det er nok også noe jeg har gjort uten at jeg har sånn, uten at jeg kan si sånne konkrete episoder, men jeg vet at jeg har vært innom og har slettet ting som jeg la ut på nett.» Sigrd (52 år) sier at hun har slette bilder som hun har lagt ut av barna sine da de var små fordi de ikke ville at de skulle ligge tilgjengelig på sosial medier:

Sigrid (52 år): Men for min del så har jeg måtte gjøre noe med jentene mine selv da å gå etter de bilder jeg har lagt ut når de var små for å eventuelt fjerne bilder de ikke ønsker som skal ligge på sosiale medier tilgjengelig, så nå spør vi og de får lov å ta vekk bilder som de ikke ønsker å ha liggende.

4.3.2 Involvering av barnet

Som vi har sett i forrige avsnitt, synes de fleste barna i studien at det er viktig å spørre om samtykke før foreldrene deler innhold om dem i sosiale medier. Også de foresatte var i økende grad mer bevisste på betydningen av samtykke. Dette gjelder særlig for foresatte som har barn i begynnelsen av tenårene og oppover. På fokusgruppeintervjuene snakket vi derfor om hvordan man skal involvere barnet i praksis når det kommer til sharenting. Vi diskuterte når barnet er gammelt nok til å ta avgjørelse selv hvilket innhold som kan bli delt om dem i sosiale medier, og i hvilke situasjoner det er viktig at foreldre spør om samtykke før de deler innhold om barna sine.

Datamaterialet vårt viser at foreldrene involverer barna sine ulikt i sine delingspraksiser ut fra hvilken alder barna er i. Dunja (45 år) sier blant annet at hun delte mye om barna sine da de var små fordi de var så søte og hun «ville vise dem til hele verden». Nå mener hun at dette ikke går lenger, og at det er «uaktuelt å legge ut noe som de ikke godkjenner på forhånd». Barna hennes er 11 og 18 år. Dette gjelder også for Marie (38 år) som sier at det eldste barnet hennes på 13 år vil godkjenne hva moren deler, mens hun minste på 6 år ikke har den samme kontrollen.

Marie (38 år): Så for meg er det også en forskjell på alder på mine jenter så hun første har jo full kontroll egentlig og hvem jeg sender Snap det vil hun vite hvis jeg har tatt bilde av henne og vil dele på Snap så godkjenner hun hvem jeg sender til og sånn, sånn til besteforeldrene liksom. Men hun minste har jo ikke den oversikten eller den kontrollen.

Disse sitatene viser at unge får mer innflytelse i delingspraksisene til foresatte dess eldre de blir. Deltakerne i studien diskuterte hvilken alder foreldrene burde spørre barna sine om samtykke før de delte innhold om dem i sosiale medier. De fleste mente at når barna er mellom 10 og 12 år så begynner de å bli bevisste på hva som deles om dem i sosiale medier og at foreldrene derfor bør spørre om samtykke på dette tidspunktet, men som Thor (57 år) understreker bør barna også bli lyttet til dersom de har noen meninger før denne alderen. Videre mente Ali (17 år) at når barnet er rundt 12-14 år er foreldrene «påkrevd» å høre på deres mening:

Vi lærer jo om dette her på skolen i rettslæren om barnets beste og når man er rundt 12-14 år kan man begynne å bestemme selv. Da er foreldrene dine påkrevd å høre din mening.

Foreldrene diskuterte også at det er forskjell fra barn til barn i hvilken grad de ønsker å bli involvert i foresattes delingspraksiser, og at det derfor er vanskelig å gi en konkret alder på når de bør involveres. Marie (38 år) sier blant annet at «det er jo veldig stor forskjell på ungene hvor modne de er altså. Det er litt avhengig av det.» Likevel var flere av deltakerne enig i at barnet iallfall bør bli spurt om samtykke med en gang de får sosiale medier selv.

Matilde (17 år): Det er veldig mange barn som får sosiale medier i ganske ung alder i hvert fall Snapchat og Instagram. Så føler jeg i hvert fall med en gang når de begynner å få sosiale medier da kan du spørre fordi da får de jo tilgang til å faktisk se alle bildene selv og vennene får tilgang til alle disse bildene, men det er kanskje rundt ti-års alderen for da går du fortsatt på barneskolen, så er det liksom greit, men du er ikke helt ferdig utvokst enda, så der man kanskje ser at det er dem, men om ti år så vil man nesten kanskje ikke kjent dem igjen omtrent fra den alderen når du er yngre enn det da. Når du er liksom fem år så er det jo greit fordi der er du jo så liten ville jeg tenkt.

Jacob (34 år): Våre begynt med PC sånn egentlig fra første klasse i barneskolen. Kanskje de får første telefon allerede når de begynner på skolen, så det blir kanskje litt naturlig å ta de inn da når det begynner å komme på nett egentlig. Så dukker det kanskje opp at de begynner å komme inn på YouTube og videre inn da, så da har det vært i hvert fall naturlig for oss å ta det via den veien da.

Foreldrene reflekterer også over at meningene til barnet kan endre seg over tid, og at dette er noe som er verdt å tenke over før man legger ut innhold av barna sine. Det er ikke sikkert at innhold unge syns var greit at foreldrene delte da de var i 6-8 års alderen er greit å dele når de er 13-14 år.

Sigrid (52 år): Jeg kan si at ungene mine syntes det var greit og kult da jeg la det ut når de var i en alder av seks, syv, åtte år gammel, men da de ble tretten, fjorten da var det «oi mamma, ta det vekk, ta det vekk» litt sånn. Så de endrer jo også hva de ønsker skal være tilgjengelig.

Materialet vårt viser også at hvem som er mottakeren av innholdet foresatte deler om barna sine har betydning for i hvilken grad unge skal involveres i foresattes delingspraksiser. Dersom innholdet har flere mottakere, vil de unge i større grad involveres og bli spurt om samtykke før foreldrene deler innhold om dem, mens dersom de skal dele i mer lukkede familiegrupper, er det ikke like viktig at de spør om samtykke først.

Matilde (17 år): Jeg har ganske lav terskel på bilder til familie hvis det er i lukkede familiegrupper. Da synes jeg ikke at det gjør så mye fordi at det er så mye bilder av alle barna i familien som blir delt, men hvis det er til venner eller sånn som på Facebook da selv om man kan sette det til kun venner så vil jeg fortsatt at foreldrene mine spør om lov. Eventuelt at jeg, hvis de vil legge ut et bilde at jeg kan finne et bilde selv som de kan bruke bare så jeg er komfortabel med det.

Jenny (17 år): Jeg vet at i hvert fall pappa har veldig mange venner som han kanskje ikke burde ha sånn de ble kjent og så møtes de bare en gang og der blir de venner på Facebook med en gang. Men mamma er kanskje litt mindre, så det er litt tryggere når mamma legger ut enn pappa fordi alle kan se det hos pappa, men ikke alle ser det hos mamma.

Dette henger videre sammen med hvilken plattform foreldrene deler på. Blant annet sier noen av foreldrene at de syns det er lettere å sende ting på Snapchat uten å ha spurt barn og unge om samtykke først, da bildene her ikke vil ligge ute permanent.

Marie (38 år): Det er visst mye lettere å sende for min del uten å spørre like nøyte [på Snapchat] som om jeg skulle ha lagt ut permanent så man vet ja de ligger der ikke så lenge.

Mens Guro på den andre siden syns det er viktig å spørre om samtykke til det hun deler om barna sine på Snapchat, mens på Facebook er det ikke like nøyte da hun her stort sett deler gamle bilder når barna har bursdag for eksempel.

Guro (47 år): For min del òg så er det enklere på Snapchat så spør jeg som regel em for da ja skal bilde være sånn eller sånn og skal godkjennes før jeg legger ut mens på Facebook så tror jeg at det ikke er så nøyte, der finner jeg bare gamle bilder, legger ut når det er bursdag og sånt og da synes han at det er greit.

Hvordan unge og foreldre kommuniserer sammen har også betydning for i hvilken grad de foresatte involverer unge i sine delingspraksiser. For eksempel mener Ali at noen foreldre er gode på å høre etter på unges ønsker, mens andre ikke er det.

Ali (17 år): Em personlig mener jeg ja at noen kan ha det vanskelig å overbevise sine foreldre om at et bilde kan være dårlig å dele, men gjennom mine egne foreldre som de er ganske lett å kommunisere med og ofte så spør de før de legger ut noe. Så noen er gode på å høre etter og noen finner vanskeligheter i å høre på ungene.

4.3.3 Vurderinger rundt deling

Datamaterialet viser at barn og unge har blanda følelser rundt foreldrenes sharenting-praksiser. På den ene siden syns barn og unge at det kan være fint når foreldrene deler om viktige og store begivenheter eller milepæler i de unges liv, mens de syns det kan være uheldig når foreldrene deler om de små øyeblikkene, flauet situasjoner eller når de ikke selv syns at de så fine ut på bildet. Dette samsvarer med tidligere forskning som har vist at unge ikke har noe imot sharenting når foresatte viser fram positive sider ved barna sine, men at unge ikke setter pris på når foresatte deler innhold om dem som de opplever som flauet, visuelt uflatterende eller negativt på andre måter (Lipu and Siibak, 2019; Moser et al., 2017).

Flere av de unge i studien framhevet at de ønsket å se fine ut på bilder foreldrene deler av dem i sosiale medier.

Lilli (13 år): Om jeg ikke synes at jeg ser fin ut på det bildet så vil jeg ikke at de skal legge det ut eller så at de skal slette det.

Vårin (17 år): Ferier da går jeg ikke med så mye sminke og litt sånt og kanskje jeg er mye mer avslappet på ferie, så jeg er liksom ikke helt komfortabel med bildene. Ja, jeg har ikke lyst til å alltid blir tatt bilde av. Da er det litt mer sånn på ferier så tar vi mye bilder da for å skape minner og huske disse minnene da.

Jenny (17 år): Ja jeg vil si at det er litt viktig for meg i hvert fall, altså hvis jeg ser ut hvis jeg har bustete hår eller hvis jeg ser ut som jeg smiler skeivt eller noe sånt, så har jeg ikke lyst at det bildet skal være åpent for alle til å se da. Det er litt ukomfortabelt å vite at alle har liksom tilgjengelighet til det bildet. Da sier jeg ifra om de kan fjerne det.

Vårin understreker at hun ikke vil bli delt bilder av i sosiale medier når hun er veldig avslappet og uten sminke som for eksempel er tilfelle når hun er på ferie. Hun synes det er fint å ta bilder som kan være minner for familien, men at de ikke trenger å bli delt videre. Videre er barn og unge opptatt av at de foresatte ikke skal legge ut innhold om dem som de synes er flaut. For eksempel liker ikke Oscar (9 år) når mammaen hans «sender flaut ting om [broren sin] eller meg til noen andre». Noa (10 år) er enig og liker ikke når foreldrene hans deler «når jeg gjør noe flaut med vennen min». Disse situasjonene illustrerer en privat situasjon der barna leker sammen med broren eller vennen sin som de ikke ønsker og synes er flaut å dele med andre. Også Nora (12 år) sier at hun av og til tar tullebilder av seg selv på foreldrenes telefon, og da liker hun ikke når foreldrene deler disse bildene videre.

Barn og unge synes på den andre siden at det kan være fint når foreldrene deler innhold om store begivenheter i barnas liv som for eksempel konfirmasjon, bursdag eller skoleavslutning. Da synes de unge at det er koselig med tilbakemeldinger som foreldrene får på innholdet de deler.

Live (forsker): Har dere noen positive erfaringer med at foreldrene deres har sendt bilder til noen på sosiale medier?

Oscar (9 år): At vi får positive tilbakemeldinger fra dem, fra det foreldrene sender til dem.

Flere av de unge i studien var også opptatt av at foresatte ikke skal dele alle de små øyeblikkene fra barnas liv, men heller sette søkelys på de store øyeblikkene. De små øyeblikkene kan heller være minner for familien selv, men ikke noe som skal deles med andre mottakere.

Vårin (17 år): Og det er ikke alle bilder som trenger å vises heller det er mer kanskje de store, større øyeblikkene kanskje det er litt mer sånn konfirmasjon og litt mer sånt enn en hyttetur hvor du nettopp har stått opp, så er det ikke akkurat det bildet som trengs å vises.

Celine (17 år): Det er ikke alle de små øyeblikket som trengs å dele at det er mer de store bursdagene og konfirmasjoner og de litt større øyeblikkene som flere kan se at sånne små øyeblikket ikke nødvendigvis trengs å deles, men heller lagres.

Noen studier viser at oversharing har blitt et problem blant foreldre (se f.eks. Blum-Ross and Livingstone, 2017; Brosch, 2016) da foreldre ikke klarer å reflektere godt nok over hva som kan deles eller ikke, som igjen går på bekostning av barnas identitet og privatliv (Lipu and Siibak, 2019). Dette var også noe som ble snakket om på fokusgruppeintervjuene. Jenny (17 år) mente blant annet at det er uheldig om man deler altfor mye om barna sine i sosiale medier:

Altså jeg tenker hvis du deler alt som er positiv om barna dine og skryter litt for mye av barna dine, så kan det være litt sånn negativt og liksom det blir dårlig å drive å vise frem ungen så mye fordi ja selv om noen kanskje får seksere på alle fagene sine, så trenger du ikke å dele det på Facebook og sånn. Sånn for mye skryting synes jeg er en dårlig ting.

Dette er også noe som er funnet i tidligere litteratur – unge synes det er kjedelig når foreldrene deler veldig mye om dem (Ouvrein og Verswijvel, 2019). Det er derimot ikke noe fasit på hvor

mye og ofte det er greit at foresatte deler om barn og unge, men også noen av foreldrene i studien var skeptiske til at foreldre delte for mye om barna sine i sosiale medier, spesielt dersom man deler med mange følgere.

Silje (43 år): Jeg har en bekjent av meg som jeg møtte på en venners venner sammenkomst og der la hun meg til på Facebook og oi herregud hun var i Frankrike med datteren sin, det var 20 bilder hver dag der hun gikk en tur og alle bilder var så staged. Det var sånn datterserie da foran der de var og hun er jo 8 år og da tenker jeg hva slags holdninger er det du skaper til datteren din, så hun moren er en sånn influensertype da. Hvis du kommer inn på denne influenser verden du kan ikke ta et bilde før du har tatt på deg make-upen, så hun stager alle bilder og det synes jeg blir også litt feil på en annen måte.

Barn og unge var opptatt av at foreldrene skulle høre etter og respekterte at dersom de ikke likte bildet, så skal foreldrene heller ikke dele det i sosiale medier. Blant annet sier Sofie (10 år) at «*man må liksom ha tillatelse av den det er bilde av og hvis den sier at det er greit så ja da er det greit.*» Gjennom god kommunikasjon mellom foresatte og unge kan man prøve å finne en god balanse mellom hvilket innhold det er greit for de unge at foresatte deler, og unngå oversharing spesielt av små hverdagsøyeblikk som barna i studien ikke setter like stor pris på. Foresatte må også reflektere over at informasjon de deler av barna når de er små, ikke nødvendigvis oppleves som greit når barna blir eldre.

4.3.4 Oppsummering

I dette delkapittelet har vi sett at barn og unge er opptatt av at foresatte spør om samtykke før de deler innhold om dem i sosiale medier. Videre har også de foresatte fått en økende bevissthet rundt betydningen av samtykke og at de foresatte i større grad involverer barn og unge i sine sharenting-praksiser sammenlignet med tidligere. Dette gjald spesielt foresatte med barn i tenårene og dersom barna selv var aktive i sosiale medier. Barn og unge var opptatt av at foresatte ikke skulle dele uheldige bilder eller flau bilder av dem. De mente også at foresatte ikke trengte å dele alle små hverdagsøyeblikk, men at det kan være fint når de delte fra store begivenheter i barnas liv. Flere av de foresatte på den andre siden mente at så lenge de tenkte bevisst gjennom hva de delte, og at de ikke delte noe veldig ille, så var det ikke like viktig at de ikke hadde spurt om samtykke til deling først. Likevel var det noen foresatte som mente at man alltid bør spørre om samtykke og respektere barnas meninger. Neste delkapittel ser på hvilke risikoer foreldre og barn knytter til sharenting.

4.4 Risiko: Tap av kontroll og personvernsproblematikk

Et viktig aspekt med sharenting, er foresattes vurdering av risiko som følger med praksisen. Dette er viet en del oppmerksomhet i litteraturen (Lipu & Siibak, 2019; Donovan, 2020; Esfandiari & Yao 2022; Leaver, 2022), men barn og unges oppfatning av risiko ved foresattes deling på nett er mindre utforsket (Ouvrein & Verswijvel, 2019). I dette avsnittet ser vi på både barn, ungdoms og voksnes oppfatning av hvilke risikoer som følger med sharenting-praksiser.

Tidligere forskning på sharenting (Willson, 2018; Siibak & Traks, 2019; Donovan 2020) og risiko er svært opptatt av personvernsproblematikk og deling av barn og unges data. I gruppeintervjuene våre lå det alltid til grunn for risikoene som ble diskutert, men deltakerne

var mer opptatt av konsekvensene av tap av kontroll over slike data enn å diskutere akkurat hva slags informasjon som kunne bli delt. Et unntak av Lucas (12 år) som svarer dette på spørsmål om hvorfor noen foresatte velger å *ikke* dele innhold om barna sine: «Jeg tror det er for at folk man ikke kjenner skal få vite så mye om den personen som er delt da. For eksempel hvordan man ser ut, eller alder, eller navn.» Barn og unges personlige data er dermed diskutert mer indirekte gjennom andre typer risiko, som vi tar for oss her.

Risikoene ved sharenting i dette materialet handler i bunn og grunn om tap av kontroll over innholdet som publiseres på sosiale medier og mulige konsekvenser av dette. I dette delkapitlet tar vi først for oss hvordan plattformenes tekniske funksjoner og prosedyrer, altså deres plattformøkonomi, spiller inn, og går dermed inn på konsekvenser som mobbing, kriminelle handlinger, generasjonskonflikter og fremtidig misbruk av informasjon.

4.4.1 Plattformenes tekniske funksjoner og prosedyrer

Alle aldersgruppene i gruppeintervjuene er i varierende grad bevisste på at innhold på sosiale medier ikke nødvendigvis kan slettes for godt når det først er lagt ut.

Dunja (45 år): Jeg må jo si at jeg er mye mer kritisk å legge ut på Snap enn det jeg er på Facebook i og med at det finnes lagringsmuligheter på Snap og da og det har vært delt en del krenkende både og bilder og videoer uten at vi tror at det blir delt, så jeg legger nesten aldri bilder ut av ungene på Snap da. De har heller ikke, jeg har nektet den familiegruppa og på Snap for vi blir veldig fort ukritisk til hva vi deler når vi tror at det blir bort og vekk, men det er ikke sånn det fungerer lagring i Snap og da.

Som sitatet over viser, påpeker Dunja Snapchats egne regler og prosedyrer for lagring av innhold som legges ut, samt hvordan tekniske funksjoner som at innholdet tilsynelatende forsvinner gjør oss som brukere mindre kritiske. Dermed velger hun bort denne plattformen når det gjelder deling av innhold om barna sine. Dette illustrerer at på samme måte som ulike plattformer egner seg til deling av forskjellige typer innhold basert på deres tekniske karakteristikk, slik vi så i kapitlet om foresattes delingspraksiser, så kan plattformenes forskjellige funksjoner vekke ulike refleksjoner rundt risiko og konsekvenser hos foresatte. Dette er i tillegg en bevissthet som kan ha utviklet seg over tid:

Silje (43 år): Jeg tror vi er blitt mye mer observant på det enn det vi var i starten. Jeg har en datter som nå blir 26 år og når Facebook dukka opp da, så var det liksom bare du delte jo alt liksom du tenkte ikke. Men det var da guttene var små, i skolealderen, at vi begynte å snakke om det der med altså at du mister jo helt retten til bildene. Hvem som helst kan jo finne de. Så jeg bare åh. Tok jo meg litt i det der liksom.

Silje påpeker i sitatet over at kunnskapen rundt konsekvenser av deling har endret seg over tid i takt med at samfunnet har hatt mer søkelys på mulige skadelige konsekvenser, og at de digitale plattformene også har utviklet seg.

Et annet viktig aspekt ved hvordan plattformene opererer er at innhold fort kan havne på avveie. Det vil si at med mindre man har en lukket profil, vil andre brukere enkelt kunne få tilgang til å kunne kopiere, lagre og legge ut innholdet andre steder uten samtykke og uten den opprinnelige konteksten. Dette kan føre til flere potensielt skadelige konsekvenser for de som er avbildet, og disse konsekvensene vil vi gå inn på nå.

En annen måte innhold kan havne på avveie er via hacking. Til tross for at de digitale sosiale medie-plattformene gjerne tilbyr funksjoner for lukkede profiler, lukkede samtalegrupper eller andre måter å begrense hvem som kan få tilgang til publisert innhold, vil man alltid på nett være sårbar for at noen bryter seg inn på ens konto og sprer innholdet.

Hackere blir av de yngste barna nevnt som noen som kan gjøre farlige ting. Et av barna sier hun vet hvordan man hacker, men at hun aldri gjør det, og en annen forteller i Zoom-chaten under gruppeintervjuet at han har blitt hacket flere ganger på ulike sosiale medie-kontoer på nett.

En av ungdommene mener også at det er større sannsynlighet for at foresatte hackes ettersom de er mer uforsiktige på nett:

Celine (17 år): Em jeg tenker at, ikke fra min del, men hvis jeg tar det litt sånn fra mammas perspektiv, fordi jeg synes selv at jeg er god på sosiale medier og trykker ikke på alle mulige lenker og alt det der, men jeg vet at foreldre har en tendens til å gjøre. Så det er fort gjort at de bildene havner på avveie, så derfor ville jeg tenkt litt lengre er det krise om jeg skulle bli hacket om dette bildet kommer ut

Å bli hacket i seg selv trenger ikke å utgjøre noen risiko for barn og unge eller deres foresatte, men det er hva som eventuelt skjer med innholdet som kan være skadelig, og som Celine (17 år) påpeker over er det noe man bør ta med i en risikovurdering av innhold en ønsker å legge ut. Til tross for at det ikke ble nevnt i våre gruppeintervjuer har vi tidligere sett eksempler på hvordan hackere har fått tak i private bilder og bruker dem for pengeutpressing, eller hvordan sårbare bilder som nakenbilder av både kjente og ukjente mennesker har blitt spredt og offentliggjort gjennom at noens profil eller enhet har blitt hacket. I en kronikk fra 2022 beskriver forfatter og journalist Hilde Charlotte Solheim hvordan hun opplevde å få Facebook-kontoen og sin digitale identitet stjålet av en hacker (Solheim, 2022). Hun forteller blant annet om tap av kontroll over egne bilder hun har publisert der, kommunikasjon med og familie, forsøk på utpressing for å få tilbake kontoen og frustrasjon over begrensede muligheter for å løse problemet.

De neste seksjonene vil fokusere på mulige konsekvenser av at innhold blir publisert på nett og eventuelt havner på avveie.

4.4.2 Mobbing

Mobbing var en ofte nevnt konsekvens av sharenting og deling av innhold på nett blant alle aldersgruppene i studien. De voksne var mer opptatt av mobbing og utestengelse enn andre risikoer som de tilsynelatende anså som mindre sannsynlig, som for eksempel kriminelle handlinger, men flere mente også at dette var et større problem blant hva barn og unge selv velger å dele og med hvem, enn med innholdet foresatte deler av dem. Silje (43 år) mener at innhold delt blant barn og unges venner sprer seg raskere og lenger enn hva hun deler med familiegrupper. Videre forteller Dunja, som jobber som rådgiver i kommunal veiledning:

Dunja (45): Hos de jeg jobber med og spesielt i russemiljø er det kanskje ganske utbredt [at innhold havner på avveie]. Det skjer, og det er kanskje en på en måte en største eh det som skjer i forhold til utenforskap og det at man kan bli mobbet og det kan føre til mye det med deling av uønskete

videoer og det for eksempel slåsskamper som blir delt og ja det er en del som blir delt da.

Dette kan barn og unge til dels være enige i. For eksempel sier Celine (17 år):

Jeg tenker at det er nesten verre at vennen min legger ut fordi der blir det spredt til folk på min alder, folk som jeg omgås enn om mamma legger det ut som blir spredt til tanter rundt omkring i Norge liksom.

Samtidig fritas ikke de foresatte alt ansvar for hva de legger ut og hva som skjer med det. Blant gruppeintervjuene med barn og unge knyttes nemlig også mobbing opp mot innhold delt av foresatte. For eksempel forteller Liam (14 år):

Det var en gang noen em foreldrene til en venn som hadde delt et bilde for lenge siden em der han ikke så så bra ut på bilde, så tok alle vennene det opp da. Og de som er i bilde kan oppleve det som mobbing.

Og lignende mener Amar (11 år) «Jeg tenker det er best at vi spør før vi legger ut bildene fordi hvis noen andre for eksempel ser det og det er noen dårlige bilder, så kan man bli mobbet.»

Og til tross for at omfanget av videre deling og tap av kontroll *kan* være større når innhold deles blant jevnaldrende, mener også en av ungdommene at de voksne har mindre kontroll, eller et lavere nivå av digital kompetanse, og dermed er sannsynligheten større for at innhold kommer på avveie når det deles av foresatte. Celine (17 år) forklarer at

Jeg vil ikke at mamma skal dele det i frykt for at, eller det skulle vært veldig sånn begrenset, jeg skulle visst hvor hun hadde sendt det, i frykt for at det skulle havne hos feil folk.

Akkurat dette poenget ble ikke tatt opp av barn og unge i studien, men som vi skal se i kapittelet om kritisk medieforståelse, mente flere ungdommer at foresatte kunne ha godt av å lære mer om sosiale medier og deling av innhold.

4.4.3 Kriminelle handlinger: kidnapping, overgrepsmateriale og «deepfakes»

Kidnapping ble også nevnt som en mulig risiko, men kun i fokusgruppa med barn i alder 9-12 år. På spørsmål om hvorfor de tror noen foreldre velger å ikke dele informasjon om barna sine på nett, svarer for eksempel Emil (9 år):

Emil (9 år): Fordi de ikke vil skade oss.

Forsker (Clara): Ja hvordan kan man bli skadet da?

Emil (9 år): Fordi folk på internett kan jo gjøre ting som er farlige, barnekidnapping og sånne ting. Også kan de spore deg og sånne ting.

Lignende svarer Aksel (11 år): «Det kan være fordi de er redde at noen skal finne de eller noe sånt». De yngste barna viser en bevissthet rundt at fremmede mennesker på internett kan ha skadelige intensjoner, og knytter deling av informasjon på sosiale medier til en økt sårbarhet for dette.

En annen mulig risiko er misbruk av innhold av barn og unge som overgrepsmateriale. Dette ble nevnt i flere av gruppeintervjuene, men noen ganger kun hintet til. For eksempel sier Ali (17 år):

«Altså man kan bli forfulgt noe som kan være litt ukomfortabel med tanke på at det skjer stort sett med barn som er under 18 og det er kanskje en ting man vil unngå». Og lignende nevnes det blant de foresatte av blant annet Halvard (45): «Ja der tenker jeg på altså det finnes jo de som har sånn avvik i forhold til når bilder av småunger og forskjell, ja seksuelt avvik kan du og det er mye som er ugreit med. Så det er mye rart rundt omkring».

På samme måte nevner flere i alle aldersgrupper at de er forsiktige med nakenbilder eller lettkledde bilder av barn, uten å nødvendigvis presisere hvorfor.

Celine (17 år): Jeg hadde vært veldig forsiktig med hvem som hadde sett det og så hadde jeg tenkt litt på hva jeg hadde lagt ut ikke lagt ut ikke babybilder i badekar liksom, men ja tenkt litt lengre da, men så lenge jeg liksom vet hvem som hadde sett det så hadde jeg lagt ut.

Det kan altså ha med mulighet for misbruk, men det kan også siktes til at det kan oppleves som pinlig for personen på bildet når hen vokser til. I tillegg ble det ofte påpekt at de som deler innhold på nett må være oppmerksomme på hvem de deler med og hvem som eventuelt kan se det. Dette var også et sentralt aspekt ved foresattes delingspraksiser som vi så i kapittel 4.1.

Misbruk av innhold er mer aktuelt med muligheten i dag for å lage «deepfakes», altså å manipulere bilder, videoer eller lydfiler basert på et bilde, et klipp eller lignende som gjør det mulig å få det til å se ut som en person har gjort eller sagt noe hen ikke har. Medietilsynet skriver at «Deepfakes utnytter kunstig intelligens for å lage videoer og lydinnhold det er svært vanskelig å avsløre som falskt» (Medietilsynet, n.d). Dette nevnes av en av de foresatte som jobber innen IT-sikkerhet som en konsekvens av deling på nett.

Jacob (34 år): Det er vel vært flere eksempler nyligere mest sånn programvare sånt du har fjeset til noen og så blir du satt inn i en video som du overhodet ikke har vært med sånt og det er nok flere offerer som har blitt utsatt for det kjenner sikkert du Dunja om det er sant hvis du jobber med det. Og det er jo programvare og sånt og disse ting som har blitt veldig tilgjengelig for folk å lage da.

Her dreier det seg altså om at tilgjengeliggjøring av materiale av andre personer gjør dem sårbare for generering av annet, falskt innhold som kan brukes og misbrukes på ulike måter. Dette ble ikke diskutert i de andre gruppeintervjuene, men er også en teknisk mulighet som er relativ ny og som kanskje ikke er så utbredt i denne konteksten enda.

4.4.4 Fremtidig misbruk

I tillegg til de andre risikoene som allerede er nevnt, er tidsperspektivet viktig her. De foresatte poengterer at det er en risiko for fremtidige muligheter for misbruk som kan være vanskelig å forutse nå ettersom de ikke vet hva barna velger å gjøre med livene sine seinere.

Jacob (34 år): Det er jo at det kan brukes, misbrukes i senere tid sant. Vi vet jo ikke hva de skal holde med når de blir store og voksne og videoer her som kan, eller bilder som blir brukt imot dem.

Thor (57 år): Ja det er jo at du slipper kontrollen altså du mister kontrollen over det du har lagt ut.

Halvard (48 år): Man vet ikke hva ungene skal gjøre noe når de blir gamle, så det må ikke være noe som ødelegger for dem sener så det må jo være bevissthet rundt at ting skal være greit hele veien og bilder kan jo misbrukes i mange ulike sammenhenger.

For barn og unge er også tidsperspektivet viktig, men her handler det ikke like mye om misbruk av andre eller konsekvenser i jobbsammenheng eller voksen alder, men for eksempel at barnebilder som en gang ble vurdert som søte kan bli funnet av venner for eksempel i tenårene og dermed oppfattes som flau.

Vårin (16 år): Hvis du tenker på barna i en liten alder så er det jo, de tenker jo ikke så veldig mye, de er veldig søte da. Hvis det er et veldig uheldig bilde, så ville man kanskje tenke litt på fremtiden og hva de hadde syntes senere i tid da, men hvis det er liksom et koselig bilde, så ville jeg liksom ja det er koselig.

Her påpeker Vårin noe interessant, nemlig at det er en forskjell på om bildet oppfattes som uheldig eller koselig.

4.4.5 Oppsummering

I dette kapittelet har vi gått gjennom de ulike typer risikoer som dukket opp under gruppeintervjuene. Risikoene utgjør en blanding av tekniske muligheter, plattformenes regler og prosedyrer, andre brukeres (skadelige) intensjoner, hva slags materiale som tilgjengeliggjøres og hvem og hvor mange som får tilgang til det, og foresatte og barn og unges (ofte ulike) vurderinger av hva slags innhold som er greit å publisere. I bunn ligger ulike former for og grader av tap av kontroll – over eget innhold, egne og barns personlige data, og selvpresentasjon på nett. I tillegg kompliseres disse tingene av teknologisk utvikling, tidsperspektiv, samt brukeres digitale kompetanse.

Det neste kapittelet går inn på hva slags digitale kompetanse de ulike aldersgruppene innehar, samt hvordan de vurderer hverandres kompetanse.

4.5 Kritisk medieforståelse

For å kunne foreslå tiltak til å bedre ivareta barn og unges interesser i norske foresattes sharenting-praksiser, er det interessant å se på hva slags kritisk medieforståelse både foresatte og barn og unge innehar. Medietilsynet skriver at kritisk medieforståelse er «ferdigheter og kunnskap som folk trenger for å ta gode informerte valg om medieinnhold som de konsumerer, lager eller deler» (Medietilsynet, 2021). Dette gjelder både teknisk kompetanse i hvordan funksjoner utføres på sosiale medieplattformer, deres forståelse av hvordan slike plattformer fungerer og påvirker oss, samt i dette tilfellet juridisk kompetanse. For å belyse dette i resultatene har vi delt det inn i tema. Disse er hvordan man kan velge hvem som ser innholdet man legger ut, hvordan slette innhold fra sosiale medier, mulighet

for å lagre andres innhold, hvor man kan gå for hjelp til sletting, samt hva som er juridisk greit eller ikke greit å dele. I tillegg ser vi på hvordan foresatte og barn og unge vurderer den andres digitale kompetanse, og på den måten sette foresatte og barn og unge i dialog med hverandre.

4.5.1 Hvordan begrense hvem som ser innholdet?

På spørsmål om de vet hvordan man kan begrense hvem som ser innholdet man legger ut på sosiale medier, er de yngste barna ganske stille. En sier han vet hvordan man gjør det på Discord, og en annen sier at han vet hvordan man gjør det, men forteller ikke hvordan. Ungdommene sier også at de vet hvordan og går mer konkret inn på temaet. De nevner for eksempel at man kan ha en privat «story», ha en privat bruker, eller at man kan velge noen som klassifiseres som «ekstra nære» blant følgerne sine og dermed ekskludere resten fra innhold hvis man ønsker. Ali (17 år) sier blant annet:

En ting jeg liker med den plattformen [Instagram] er at du kan velge enten at du kan holde videoen for deg selv, dele med folk som følger deg eller hvis dere begge to er venner. Instagram profilen min er privat og ingen andre kan få se navnet mitt og jeg selv godkjenner hvem som kan følge meg eller ikke. Det er jeg mer komfortable med sånt.

De foresatte svarer også ja på om de vet hvordan de teknisk kan velge hvem og hvor mange som får se innholdet de legger ut på sosiale medier. For eksempel forteller Dunja (45 år) at man kan velge hvem som får se for hvert innlegg man legger ut, men innrømmer samtidig at hun ikke begrenser tilgang så ofte selv; «altså, at jeg skal begrense så mye, det gjør jeg ikke». En annen foresatt forteller at hun har det omvendt:

Sigrid (52 år): Jeg for min del har bare venner som få se mine innlegg. Jeg har det ikke åpent. Det er kun hvis det er veldig spesielle- da går jeg og velger å endre at det er åpent for alle, men ellers så er det kun valgte venner som får se både på Facebook og Instagram og jeg legger sjeldent ut stories av ungene.

Alle de ulike aldersgruppene i studien mener de vet hvordan de kan velge hvem som ser innholdet de legger ut, men det er usikkert om det faktisk stemmer for de fleste av de yngste deltakerne ettersom kun én svarte på spørsmålet. Det er verdt å nevne her at det blant de yngste ikke var så vanlig med hyppig bruk av sosiale medier. Noen brukte Snapchat, TikTok og Discord, og flere var aktive på YouTube, men ellers nevner også flere av barna strømmetjenester, som Netflix når vi snakker om plattformer de bruker.

Både de eldre ungdommene og foresatte var mer detaljerte rundt mulighetene de ulike plattformene tilbyr for slik seleksjon, men det varierer i hvilken grad de benytter seg av disse.

4.5.2 Slette innhold på sosiale medier

Når det gjelder sletting av innhold på sosiale medier, svarer Oscar (9 år) «*Jeg tror ikke det går an*». Det er usikkert om han her refererer til personvernerklæringene til sosiale medieplattformer og hvordan innhold på nett gjerne ikke slettes permanent, eller om han mener mer konkret at det ikke er teknisk mulig å slette noe en har publisert på egen konto. Nora (12 år) fortsetter: «*Det spørs, eller ja det skal gå hvis du står det på story eller samlet til folk. På story er jeg litt usikker for der er det fort mange som har sett det*».

Flere av ungdommene sier de ikke har slettet noe selv enda, men mener de vet hvordan. Lilli (13 år) sier: «jeg vet hvordan jeg kan slette det om jeg vil slette det», og Henning (13 år) forklarer at «man trykker på de tre prikkene». Andre sier de ikke vet hvordan ettersom de ikke har gjort det selv.

Men noen av ungdommene påpeker også at sletting ikke alltid er en mulighet på sosiale medier.

Vårin (16 år): Ja hvis det kommer liksom på avveie og flere får tak i det der er det sikkert ikke like enkelt å slette det. Der sletter du det fra Facebook liksom, så vil det liksom ikke fortsatt være slettet fra Internett for alltid. Så jeg vet ikke helt liksom, det er jo litt skummelt akkurat det, jeg vet ikke om det er sånn, om det kommer på bildet om det er veldig ille bilder så er det kanskje en litt større sak da, men jeg vet liksom ikke helt hva jeg skulle gjort da, men det er fortsatt like ille.

I samsvar med ungdommene, forteller også de foresatte at de vet hvordan man teknisk sletter bilder og annet innhold de legger ut på sosiale medier, men at prosessen kompliseres av at innholdet kanskje slettes fra deres konto, men ikke fra plattformens servere eller internett generelt. De fleste av de foresatte fortalte at de godtar personvernerklæringene til sosiale medier plattformene de bruker uten å lese gjennom dem. Som Thor (57 år) forklarer; «*Det er vel forutsetningen for å kunne være der da. Og de er jo altfor lange, så krysser man bekreft da for å komme videre*».

Dette er i tråd med tidligere studier som også viser at de færreste leser gjennom personvernerklæringene til de digitale plattformene og at de oppfattes som for lange og kompliserte å forholde seg til (Slette-meås et al., 2022).

Dette trekkes inn i diskusjonene rundt sletting av innhold på sosiale medier.

Marie (38 år): «Det står i en sånn liten skrift når du går scroller ned i de da persongreiene at det er for eksempel Snap som eier bilder som du har delt på sosiale medier, men du kan slette de fra dine kontoer. Sånt så er jeg opptatt av at alt du deler er tilgjengelig for det egne mediet.»

Og Dunja (45 år) legger til «*Men jeg vil jeg tro om uansett om du sletter fra konto så finnes det spor på nett og det er ikke slettet fra nettet, det er slettet bare for våre kontoer da.*» At innholdet tilhører plattformen det publiseres på, og at de foresatte som brukere må regne med at bildene fortsatt kan ligge på en server et sted selv om det slettes fra deres kontoer, er altså noe de voksne kan ta med i vurderingen når de velger å dele innhold på nett.

Jacob (34 år): Jeg jobber jo litt med sånn it-sikkerhet sånt og der òg, så man vet jo egentlig da sletter du noe fra sosiale medier kontoer så ligger det lagret et sted i lang tid etterpå em sånn fungerer det bare egentlig. Så jeg har alltid hatt den tanken og prøver å lære det til ungen òg: har du lagd ut noe en gang, så på en måte er det da for alltid uansett hva du gjør med det etterpå. Jeg tenker det er en sånn grei holdning å ha med seg da.

Likevel er det uklart om dette faktisk er noe foresatte er bevisste på i delings-øyeblikket. Tidligere studier på ungdom og kritisk medieforståelse i møte med reklame på sosiale medier viser at til tross for at ungdom har mye kunnskap å trekke på, går de inn i en slags autopilot-

modus når de scroller på sosiale medier og dermed blir ikke alltid denne kunnskapen brukt (Teigen & Steinnes, 2021a). Lignende kan foresatte ha kunnskap om hvordan plattformene opererer, men ikke aktivt benytte disse refleksjonene ved hvert tilfelle av deling på sosiale medier.

4.5.3 Lagring av innhold på sosiale medier

En annen faktor som kompliserer prosessen med å slette noe fra sosiale medier-plattformer, er muligheten for andre brukere å lagre innhold som legges ut. Alle aldersgruppene var klar over at dette er mulig. De yngste barna fortalte for eksempel at andre kan lagre innhold man legger ut gjennom for eksempel skjermbilder, men er litt usikre på om det samme er mulig med videoer. Det er verdt å nevne at i fokusgruppa med barn 9-12 år er det mest Nora på 12 år som snakker. Vi opplevde en stor forskjell på nivå av refleksjon og kunnskap mellom de yngste og de eldste i denne aldersgruppen.

Ungdommene nevner også skjermbilde som en mulighet, men vet i tillegg om andre metoder for å lagre innhold. Jenny (17 år) sier for eksempel «Ja det er mulig på Snapchat da hvis du sender et bilde til noen så kan de lagre det og så lagres det i kamerarull og det går jo an å ta screenshot av bilder eller screenrecord av videoer og bilder de sender da.»

Med «screenrecord» sikter Jenny til at det finnes andre apper som lar deg ta opp alt som skjer på mobilskjermen, og at man på den måten kan ta film og bilder av innhold uten at avsender er klar over det. Og nettopp dette er et poeng en av de foresatte bringer opp:

Sigrid (52 år): Forskjellen mellom Snap og Facebook er jo hvis noen tar en screenshot eller lagrer et bilde så ser vedkommende at du har lagret et bilde eller tatt Snap av det, screenshotet ting, så det er fordelen med Snap kontra Facebook sånn som jeg har oppfattet det

Sigrid viser til at Snapchat har en funksjon der man får et varsel dersom noen andre tar skjermbilde av bildet du har sendt, og ser på det som en fordel. En annen forelder, Marianne (52 år), spekulerer også om at Snapchat er populær blant unge fordi bildene man deler er synlig i en begrenset tidsperiode. En studie om deling av sårbare bilder, som for eksempel nakenbilder, viser at Snapchat foretrekkes til den type deling nettopp på grunn av muligheten for å begrense tid bildet er synlig og at man kan legge på skjønnehetsfilter (Steinnes & Teigen, 2021b). Men i likhet med Jenny, påpeker andre foresatte at dette er funksjoner som er enkle å unngå om man ønsker det. Jacob (34 år), som jobber med it-sikkerhet kaller dette en falsk trygghet ettersom «*det finnes apper og du får ikke varsel hvis noen sitter med en telefon og filmer igjen*».

Igjen ser vi at ungdommene og de foresatte er ganske samstemte i svarene sine, men også at den tekniske kompetansen blant de foresatte varierer og at det kan se ut som Jacob for eksempel har en fordel her av å jobbe med it-sikkerhet.

4.5.4 Hjelp hvis innhold kommer på avveie

På spørsmål om hvem eller hvor barna kan gå hvis de vil ha hjelp til å få noe slettet nevner flere «mamma», og en deltaker nevner at hun «*har en venn som er veldig god med sånt, så hun hjelper meg*».

Ungdommene trekker inn eksterne aktører, som Telia og slettmeg.no.

Celine (17 år): Jeg vet at, jeg tror det er Telia som har en sånn, eller hadde en sånn kampanje sånn nettslett eller noe, så der kunne jeg eventuelt tatt kontakt med dem eller andre relevante aktører som driver med det samme.

Lignende nevner Jonathan (18 år) slettmeg.no som et sted de kan henvende seg for hjelp til sletting av bilder, men han sier at han ikke vet hvordan det fungerer ettersom han «*har ingenting å slette*». Flere av de andre ungdommene har også hørt om tjenesten, men ikke alle. Ingen av de yngste deltakerne har hørt om dem.

Blant de foresatte hadde de fleste kjennskap til slettmeg.no, men ingen av dem har benyttet tjenesten på egne vegne. Dunja (45 år) har brukt det i jobbsammenheng ettersom hun jobber med ungdommer, og trekker igjen inn hvordan personvernerklæringen kompliserer prosessen med sletting: «*det er ikke så enkelt med disse små bokstaver med personvern og det som står der, så det er ikke veldig enkelt å ta bort bilder da, spesielt sånne krenkende [bilder] og sånt, så det skal mye til*».

I gruppeintervjuene viste altså både ungdom og foresatte en generelt sett god kritisk medieforståelse, der de blant annet forstår at innhold ikke nødvendigvis er enkelt å slette igjen når det først er publisert, at plattformene har ulike funksjoner som tilrettelegger for ulike typer deling, samt at innhold kan havne på avveie. Likevel var det variasjoner i nivå av kunnskap og kritisk refleksjon innad i gruppene, hvor for eksempel foresatte som var borti disse temaene gjennom yrkene sine viste en større kritisk forståelse enn andre som ikke var like aktivt informert.

4.5.5 Hva er greit å dele og ikke juridisk

Til tross for en stort sett god kritisk medieforståelse, er kunnskapen deltakerne har om det juridiske mer uklar. Blant de yngste deltakerne ble det nevnt at det ikke er lov å dele nakenbilder, mens en annen deltaker også poengterer at man må ha tillatelse av den det er bilde av for å dele.

Ungdommene og de foresatte understreker også at det ikke er lov å dele innhold av andre uten deres samtykke, og de foresatte nevner også at foreldrenes samtykke gjelder hvis personen er under en viss alder. Her foreslår de at alderen for å gi samtykke selv er 15 år. Det er imidlertid noe uklart blant ungdommene, om de er klar over at dette er tema som går inn i et juridisk felt hvor man kan idømmes straff eller om de anser det som moralske og etiske spørsmål. Dette samsvarer med en tidligere studie om sårbare bilder, hvor den tekniske kompetansen og kritiske medieforståelsen blant ungdom stort sett var god, men det var mindre kunnskap om det juridiske landskapet man befinner seg i ved bildedeling av andre mennesker (Steinnes & Teigen, 2021b).

Blant de foresatte er det tydeligere at de er klar over at bildedeling inngår i en juridisk kontekst. For eksempel sier Marianne (52 år): «*Men da er man jo inne på en sånn, hvis venner legger ut bilder som barna ikke liker, så er det jo ulovlig plutselig, så da er det liksom at man er inne i en sånn problemstilling*». Ved å referere til «en sånn problemstilling», viser Marianne at man beveger seg over i en annen kontekst, nemlig jusen. I tillegg nevner en av de andre foresatte, Dunja (45), at barn har rett på privatliv, og at det er viktig for henne å ta hensyn til når hun deler av dem på nett.

4.5.6 Oppfatning av den andres kompetanse (barn, unge og foresatte)

De foresatte i studien uttrykker at de mener barn og unge i dag har god teknisk kompetanse når det kommer til sosiale medier. For eksempel sier Soju (39 år) at begge sønnene hans på 8 og 11 år vet hva sosiale medier er, og Mari (53 år) legger til hvordan hennes barn kan endre aldersgrense for å få tilgang til plattformene: *«Jeg tror han 18-åringen han står vel som eh som 22 åring eller noe sånn ting»*. Til tross for at de foresatte stort sett utviser en god teknisk forståelse av deling av innhold i fokusgruppa og workshopen, er de åpne for å lære om sosiale medier fra barna sine. For eksempel sier Julie (51 år): *«Det er kjempevanskelig. Vi er jo fossiler på alt av teknologi i forhold til det barna er. De tar det jo sånn, mens jeg må jo spørre barna om hjelp»*. Flere er enige i dette. Mari (53 år) nevner også at Facebook er den eneste plattformen hun visste om før barna, og viser dermed hvordan hun anser barna sine for å ha bedre oversikt over hvilke sosiale medier som finnes enn henne.

Flere av ungdommene forteller også at de har hatt om nettvett på skolen, og blant annet lært at det ikke er greit å dele bilder av andre uten samtykke. Men det ser ut til å være store variasjoner i hvor mye tid skolene bruker på temaet, eller i hvert fall hva ungdommene får ut av det. Liam (14 år) sier han ikke husker å ha hatt noe om det, mens Matilde (17 år) og Ali (17 år) forteller at de har hatt om det på et tidspunkt, og Victor (16 år) forteller at han har hatt det som tema på skolen helt siden fjerde klasse.

Victor mener han har lært nok om det på skolen, mens Matilde mener det kunne vært viet mer tid og oppmerksomhet: *«Jeg tror mange har litt godt av å få lære litt mer om hvordan man skal oppføre seg på nett og hva som er greit å dele og hva som ikke er greit å dele»*.

Tidligere studier viser at ungdom i dag stort sett har en god kritisk medieforståelse av sosiale medier (Steinnes & Teigen, 2021b; Teigen & Steinnes, 2021). For eksempel forstår ungdommer at algoritmer opererer på sosiale medie-plattformer og styrer innhold de får se basert på deres data, i tillegg til at de er klar over at plattformer som Snapchat kan lagre innhold på egne servere, til tross for at det forsvinner for brukerne etter et gitt tidsvindu. Studien til Steinnes et al. (2019) viser at ungdom fra 15 år og opp selv mener de har bedre teknisk kompetanse og kritisk medieforståelse enn yngre aldersgrupper. Dette stemmer overens med resultatene fra denne studien, hvor de yngste var mer tilbakeholdne på disse temaene, og svarene de ga var mer usikre og overfladiske sammenlignet med ungdommene. Likevel mente de yngste at de også kan nok om temaet.

Blant de yngste deltakerne på 9-12 år er det enighet om at de voksne har god digital kompetanse. De sier deres foresatte vet hvordan man sletter innhold fra sosiale medier, og mener at de kan nok nettvett. Blant de litt eldre deltakerne er det også stort sett enighet om at foresatte vet hvordan man sletter innhold, eller vet hvor de kan få hjelp til det. Men ungdommene mener at voksne likevel kan ha godt av å lære mer. Jonathan (18 år) sier for eksempel:

De burde kanskje lære litt siden de ikke har vokst opp med sosiale medier, så de vet kanskje ikke hvor langt det kan gå og hvem som får tak i bildet. Så de burde kanskje lære litt om det kanskje, men ellers så går det greit tror jeg.

Barn og unge i workshopen mener at de foresatte kan ha nytte av for eksempel foredrag om disse problemstillingene gjennom jobb, via foreldremøter på skolen, plakater, eller gjennom

artikler på sosiale medier. Noen av ungdommene poengterer at de selv får mye informasjon gjennom skolen, som foresatte ikke får, og at de unge har en fordel av å vokse opp med og bruke sosiale medier hyppig.

Celine (17): Jeg tenker at våre foreldre i hvert fall burde gjort det fordi vi er jo vokst opp med det, så vi har jo lærer om det på skolen og hører om det hele tiden og har foredrag på skolen om det, men våre foreldre henger jo på en måte litt etter fordi de får jo ikke samme infoen som vi får. Så jeg tenker de burde ha hatt det, men ikke vi fordi vi får det gjennom skolen.

Vårin (16 år): Ja, vi opplever kanskje det i større grad enn det de gjorde når de var små fordi det var det ikke noen sosiale medier å dele på, så der ligger de selvsagt litt etter da, så der er det fint om de liksom får vite litt, kanskje få innblikk litt i hvordan det selv kan være da.

I sitatene til Celine og Vårin over uttrykker ungdommene en fortolkning av hvordan deres foresattes opplevelser med sosiale medier er. De er i stand til å sette seg inn i de voksnes situasjon og er tydelige på hvordan den er annerledes enn deres egen.

4.5.7 Oppsummering

Innad i alle gruppene er det variasjoner i kritisk medieforståelse, der noen har mye kunnskap og andre har mindre, men på et generelt nivå var deltakerne reflekterte og ofte informerte om hvordan sosiale medier-plattformer opererer og hvordan de som brukere kan dele innhold på en måte for å best mulig unngå negative konsekvenser og eventuelt slette innhold i ettertid. Den gruppa som var mest konsekvent med minst variasjon innad var ungdommene 13-18 år. Dette er også en aldersgruppe som har vokst opp med sosiale medier og som gjerne bruker flere sosiale medie-plattformer selv og dermed har mye erfaring med det. Barn mellom 9-12 år viste minst kunnskap om temaene som er tatt opp i dette kapittelet, men der var det også store variasjoner i hvilke og hvordan de brukte sosiale medier. De aller yngste var ikke spesielt aktive på plattformer som Snapchat, Instagram og Facebook, og har dermed heller ikke erfaring med disse på samme måte som ungdommene og de voksne har.

4.6 Influensere

Deltakerne diskuterte deres syn på influensere som deler om barna sine på sosiale medier. I følgende avsnitt presenteres det generelle refleksjoner og tanker rundt influensere som deler om barna sine og betydning av det kommersielle aspektet ved delingen. Det blir også reflektert rundt hvilke risikoer disse barna kan møte.

4.6.1 Deltakeres refleksjoner rundt influenser-sharenting

De foresatte drøftet at influenser som deler om barna sine er foreldre som dem selv, men at det også finnes to store forskjeller. Først og fremst påpekte deltakerne at det kommersielle aspektet ved delingen er ulikt deres egne formål. For det andre påpekte foresatte at influensere har et mål om å påvirke andre. I tillegg diskuterte deltakerne at omfanget av delingen i form av antall følgere og hvem som fikk tilgang til innholdet var ulik mellom «vanlige» og influenser-foreldre.

Jacob (34 år): Ja det er jo et litt annet formål med det enn oss, det er jo levebrødet deres, altså de skal jo tjene penger på det. Det er jo kanskje ikke det mest ideelle da, det er i hvert fall mine tanker der. Dette er jo ikke privatgruppe til familie og venner, det er jo en annen hensikt.

Deltakernes beskrivelser av influenser sine økonomiske interesser og mål om å påvirke samt deres synlighet samsvarer med litteraturen om hva som utgjør influenser som beskrevet tidligere (se for eksempel Lou & Yuan, 2019; Steinnes & Teigen, 2021a).

Det var flere deltakere som ytret at deling av barn med mange følgere var problematisk og oppfattet influensere sine sharenting-praksiser som problematiske. Det ble spesielt lagt vekt på at deling av unge barn på sosiale medier var problematisk fordi de ikke hadde en forståelse av konsekvenser og muligheten til å ytre mulige bekymringer og avveie risikoer mot økonomiske interesser. Deltakerne diskuterte mulige spenninger mellom foreldreinfluenseres interesser og deres barns eksponering i sosiale medier som trøblete.

Dunja (45 år): Hvis jeg får si, så jeg tenker at det er helt feil å bruke ungene sine i det formålet altså det kunne gjerne hatt en privatkonto som på en måte snevrer inn og en konto som er åpen for alle. Fordi disse ungene er jo alt for små til å på en måte kanskje de ytrer seg her.

Matilde (17 år): Jeg synes at det er ganske forskjell sånn fordi at em influensere har ofte ganske store kontoer som når ut til veldig, veldig mye mennesker mens det har ikke de fleste av andre foreldre. (...) Det er jo foreldrene som har valgt å gjøre det og de tjener jo penger på å legge ut masse bilder av barna sine. Jeg synes det blir ganske feil da ofte.

Avveiling mellom barn og unges vern, mulighet til å skape sine egne digitale identiteter og rett til privatliv på den ene siden og foreldreinfluenseres kommersielle virksomhet på den andre siden samsvarer med den presenterte litteraturen (se for eksempel Abidin, 2015; Plunkett, 2019).

I likhet med litteraturen (Lazard et al., 2019; Rolland, 2020) forklarte barn og unge at influenser som deler innhold om barna sine skaper mer engasjement blant følgere og bidrar til økt antall følgere. Barna diskuterte at dette kan føre til en selvforsterkende prosess hvor foreldreinfluensere ønsker å dele mer innhold om barna sine for å øke sin synlighet.

I fokusgruppen med barna var det uenighet rundt motivasjonen av foreldreinfluensere for å dele om barna sine. Det var to barn som oppfattet delingen som svært negativt og utnyttende. På den andre siden var det to barn som nyanserte at foreldreinfluensere ikke nødvendigvis kun har kommersielle og negative hensikter, men at de kanskje ønsker å skape minner. Dette hever frem at influenser som er foreldre kan også ha like delingsgrunner som «vanlige» foresatte. Temaet engasjerte barna og de diskuterte både muntlig og i chatten.

Live (forsker): Emma skriver «de bruker de smarte, intelligente, vakre barna sine bare for å få følgere». Og så sier Nora «nei» og Olivia sier «kanskje ikke alle». Kanskje dere vil utdype det?

Olivia (10 år): Em folk har jo forskjellige intensjoner og det var egentlig bare det jeg tenkte på da (litt latter). Fordi noen tar jo bilder for å ta minner og det regner jeg egentlig med de fleste gjør hvis de tar bilder da.

Barna diskuterte også kostnadene knyttet til å iscenesette barnet og stilte spørsmål om midlene for å ta et fint bilde av et barn ikke hadde vært bedre investert i noe som hadde gledet barnet. Dette inngår delvis i diskusjoner rundt «sharenting labour» som ble tidligere diskutert i forbindelse med avveining mellom barnets beste og økonomiske aspekter ved påvirkeryrke (Blum-Ross & Livingstone, 2017; Campana et al., 2020).

Deltakerne i alle fokusgruppene snakket om grenser mellom det som var greit og ikke greit i forbindelse med influenser-sharenting. Det ble skillett mellom motivasjoner som var greie å dele om barnet som for å vise at man var stolt over barnet sitt og kjærlighet, mens et ønske om å bli mer populær eller kommersielle interesser ble vurdert som ikke greie. Ungdommene var spesielt opptatt av fremstillingen av barnet. Ungdommene fortalte at å ikke utlevere barnet var viktig og at innholdet var avgjørende om de syntes at influenser-sharenting var greit eller ikke.

Ali (17 år): Ja, jeg er litt enig i det de andre sa tidligere om at det er litt forskjell mellom at en person deler bilder av barnet sitt fordi de er glade i barnet og at noen deler bilder av dem for eksempel penger og popularitet og sånt.

Matilde (17 år): Ja, akkurat det med nyfødt baby føler jeg er ganske sånn, ganske lett til å legge ut fordi det er et ganske spesielt øyeblikk. Og bursdager går kanskje litt i samme kategori, men litt mer spontane bilder blir jo kanskje noe litt annet igjen da enn oppstilte bilder.

Foresatte hevdde at antall følgere utgjorde en forskjell om det var greit å dele om barnet sitt som influenser eller ikke. De nevnte at de var usikre på hvor skillett mellom for mange følgere og passe mange følgere gikk.

Deltakerne i alle tre fokusgruppene diskuterte et bilde hvor en foreldreinfluenser hadde sladdet ansiktet til barnet for å anonymisere. Denne formen for anti-sharenting (Autenrieth, 2018) ble omtalt som rart og kunstig av deltakerne i fokusgruppen med foreldre. Det ble stilt spørsmål om hvorfor influenseren hadde valgt å ikke vise ansiktene og om influenseren var flau over barnet eller om barna ble fotografert med skeivt smil. Deltakerne var enige om at det var bedre å ikke dele i det hele tatt enn å sladde fordi sladdingen vekket bare mer interesse for barnet. En annen mulighet var ifølge en deltaker å vise barnet i aktivitet fra avstand slik at det ikke kunne bli identifisert.

4.6.2 Risiko for barn av influensere

I likhet med bekymringer rundt sharenting generelt ble det også diskutert ulemper og risiko for barn av influensere. Både ungdommer og foreldre la vekt på dette. Som innledningsvis nevnt ble det poengtert at deling tar bort muligheten for barn og unge til å skape sine egne digitale identiteter og ta i bruk sin rett til privatliv både fysisk og digitalt som nevnt i FNs barnekommisjon (2021). En deltaker påpekte at unge kan streve med å håndtere tap av kontroll over sitt privatliv.

Jacob (34 år): Og så de har levd i en sånn big brother verden nesten fra de er null år til de blir gamle nok til å ta kontrollen selv. Og så vet hele Norge hvem de er, og vet alt om familien deres, søsken deres uten at noen har kontroll på det. Det kan nok bli litt skummelt og tøft for de å takle.

Dersom foreldreinfluensere deler mye om barna sine var en annen risiko muligheten for overvåkning og at barnet kan bli utsatt for kriminelle handlinger som kidnapping. Derimot ble det også diskutert at det kan være koselig å dele om barnet og at en viktig del av å være influenser handler om å dele om hverdagen. Både ungdommer og foresatte understrek at influensere burde ha bevissthet rundt hva og hvor mye de deler om barna sine.

Matilde (17 år): Der har de jo nesten på en måte utlevert hele livet til barna sine hvis du vet «oi ja det barnet der heter det og det og det er så gammelt» og der de går på skolen og moren pleier å filme at de går til skolen så du vet akkurat hvilken vei de tar skolen og sånt. Det blir nesten sånn at du kan sitte og overvåke livet til et lite barn bare fordi at moren deres eller faren deres i tilfelle er noen som liker å dele store deler av sitt liv på sosiale medier. Og sånn jeg skjønner jo at når du er en foreldre som driver med sosiale medier så er det en veldig naturlig del av livet ditt å være mye med barna, men det er jo en del informasjon som man kan holde tilbake. Fordi søte bilder er jo litt morsomme, men veldig mye info om de som personer og litt sånn typ personlig informasjon det er kanskje noe som man kan holde litt mer tilbake bare ikke alle trenger å vite.

Marie (38 år): Jeg tror ikke at jeg hadde delt på den måten så hvis hun der har veldig, veldig, veldig mange følgere. Men så er bildene like uskyldige, (...) men her er det jo mulig for skumle folk å finne frem fordi vet jo navn på dem og det er sikkert ikke noe stort problem å finne adresse.

Ungdommer og foresatte forklarte at deling av lettkledde bilder av barn kan føre til misbruk av pedofile. Det ble også trukket frem at dersom en influenser har mange følgere øker risikoen for at innhold kan komme på avveie på grunn av økt sannsynlighet for at noen personer kan ha dårlige hensikter. En av ungdommene forklarte at det er derfor nødvendig at influensere som deler om barna passer på at innhold ikke er seksualiserende etter å ha diskutert et eksempel av en ung jente med mange følgere.

Matilde (17 år): Og så må man passe veldig på det generelt sett med barn at man ikke lager videoer som man på noen som helst måte kan seksualiseres. For det er jo 14 millioner mennesker som ser det, så er sannsynligheten for at det er noen som ikke har helt gode hensikter med sånne videoer finner de. Og det blir jo veldig, det kan jo havne veldig feil steder da og man må passe litt på, på denne måten.

Barn og unge var opptatt av at barn som har influensere som foreldre muligens kan oppleve negative konsekvenser på grunn av deling som hat av jevnaldrende som kan få tilgang til delt innhold. Dette samsvarer med unges ytre bekymringer rundt tap av egen digital identitet. Det ble trukket frem at det er viktig at influensere tar hensyn til barnets alder og vurderingsevne og vurderer fremtidige negative konsekvenser.

Liam (14 år): Em det er litt det at det kan bli tatt opp i fremtiden når ungene blir litt eldre og så får de hat for de bildene.

Jenny (17 år): Altså jeg tenker det er litt sånn feil da å bruke ungen for å litt sånn mange følgere eller for at de skal bli influensere. Det er egentlig ganske feil å gjøre for at det er ikke noe de kan velge i en så ung alder selv om ungen ser ut til å være fire år. Ungen vet ikke hva man burde gjøre og hva som er konsekvensene for det i fremtiden liksom. Men når hun kanskje blir eldre og så vil folk bruke disse videoene mot henne liksom. Det er ikke

noe gøy det. Så det er mye bedre å liksom å la ungen vokse opp å være influenser selv enn å bruke ungen.

Foresatte i fokusgruppen og under workshopen problematiserte at foreldreinfluensere som deler hyppig om barna kunne påvirke dem til å bli svært bevisst på sitt utseende, avhengig av tilbakemeldinger fra andre.

4.6.3 Barn av influensere og reklame

Som tidligere nevnt finnes det foreløpig ikke noe lovgivning for hvordan influensere kan bruke barna sine i kommersielle samarbeid. Deltakerne drøftet at det er viktig å definere forskjellen mellom «vanlig» reklame og reklame på sosiale medier plattformer dersom man skulle ønske å utvikle lovforslag. Noen av de foresatte syntes at det ikke var noe forskjell mellom «vanlig» reklame og influensermarkedsføring. Derimot var det noen foresatte og ungdommer som understrekte at forskjellen er at informasjon spres raskere på sosiale medier og at det er lettere å finne bildene tilbake. Det blir også nevnt at følgere vet ofte mer om barna av influensere som navn, alder og interesser enn det man vet om barn i «vanlig» reklame. I samsvar med Steinnes & Teigen (2021a) poengterte ungdommene at personlig tilknytning til influensere kan øke kjøpsmotivasjon, men også medføre risikoer for barnet i fremtiden.

Jonathan (18 år): Hm jeg synes at det er bedre å bruke anonyme unger for (...) her bruker de jo bare influenseren ungene mens det liksom spille på følelser rundt personer. Så de [følgere] skal kjøpe garn da eller gensere som er ferdig strikket. Sånn som jeg ser det for meg er det en større andel som kjøper det når de liksom vet litt mer om personen bak (...). Så de selges jo bedre med unger som er med. Så jeg synes personlig at det er bedre med anonyme unger for deres egen sikkerhet senere i livet.

Ungdommene i fokusgruppen satt søkelys på mangel av trygge rammer rundt produksjon av reklame i motsetning til «vanlig» reklame. De påpekte at det er bedre regulering rundt hvem som skal tjene penger dersom barn jobber med reklame som er ikke på plass dersom influensere bare bruker barna sine som modeller. En ungdom følte at det blir spesielt vanskelig dersom barn blir brukt til å reklamere for barnerelaterte produkter som for eksempel skolesekker fordi barna der ble influensere. Ungdommene sa at dersom ungene til influensere fikk lov til å medbestemme og trives med prosessen av å lage reklame, så var det bedre enn hvis foreldrene bare bestemte. Generelt var barn og unge i fokusgruppen negativt innstilt til influensere som brukte barna sine til å reklamere for produkter, tjenester eller egen bedrift. De la vekt på mulige konflikter mellom influensere og deres barn og problematiserte bruk av unge barn til kommersielle formål.

Helene (forsker): Victor hva synes du om at barn blir brukt i reklame?

Victor (16 år): Det er ikke koselig å bli brukt i markedsføring og det er det.

4.6.4 Oppsummering

Influensere som deler om barna sine skiller seg ut av kategorien foresatte som deler om barna sine på sosiale medier på grunn av deres større rekkevidde og kommersielle formål av å tjene penger på å skape innhold og reklamere for tjenester og produkter. Dermed blir motivasjonen av influensere for deling både beskrevet som et generelt ønske om å skape minner og vise frem barnet, men også en økonomisk interesse. Det ble vurdert som

problematisk at influensere må avveie mellom sin kommersielle virksomhet og barn og unges vern og mulighet til å skape egne digitale identiteter.

Deltakerne diskuterte risikoer knyttet til influenser-sharenting. Disse tok for seg blant annet økt risiko, risiko for overvåkning og kriminelle handlinger på grunn av et større antall følgere. Særlig barn og ungdommer kritiserte influensere for å bruke barna sine for å reklamere og stilte spørsmål rundt hvor vidt barn av influensere får bestemme hva de ønsker å reklamere for og hvor vidt de tjener på å være modell for foreldrene sine.

5. Overordnet diskusjon

5.1 Studiens bidrag til forskning på sharenting

I denne studien finner vi mange resultater som samsvarer med tidligere forskning (se for eksempel del 4.1 om foresattes delingspraksiser, 4.2 motivasjoner for deling og 4.4 om risiko). Det er for eksempel fokus på å dele øyeblikk, vise fram barna sine, og å samle minner i en slags digital fotobok. Mange delte også mest ved spesielle anledninger, som bursdager, noe som kan knyttes til en lang tradisjon i Norge for å dele bilde med en bursdagshilsen eller lykkeønsking ved andre anledninger i lokalaviser (Elvestad et al., 2021).

Denne studien tilfører i tillegg ny forskning på tre hovedpunkter: (1) barn og unges agens, (2) vurdering av risiko ved sharenting, og (3) andre faktorer som påvirker foresattes delingspraksiser.

For det første viser vår studie hvordan barn og unge involveres i foresattes delepraksiser, og hvordan de dermed ikke er passive eller kun sårbare ofre, men også aktive deltakere i foresattes sharenting-praksiser. Innledningsvis i denne rapporten ble det identifisert et hull i tidligere forskning når det gjaldt å trekke inn barn og unges perspektiver i sharenting. I en del av litteraturen behandles de som passive objekter for foresattes delepraksiser, eller som sårbare ofre som må beskyttes bedre gjennom lovverk. Vi har derfor vært opptatt av å løfte deres perspektiver og finner at dialog mellom foresatte og barn og ungdom er et viktig aspekt av sharenting i norsk kontekst. Både i vår studie og i tidligere litteratur er samtykke viktig for barn og unge når foresatte skal dele innhold av dem på nett (Elvestad et al., 2021; Ouvrein & Verswijvel, 2019; Sarkadi et al., 2020). De foresatte i vårt materiale involverer i stor grad barna sine, og de unge ønsker, og opplever stort sett, å bli involvert. Dette kan bidra til å både minimere negative konsekvenser for de det deles om og dermed også forholdet mellom foresatte og barn. I tillegg kan det også føre til at voksne og unge lære av hverandre underveis. Voksne kan lære mye om sosiale medier og normer av de yngre, samt hva de unge anser som greit og ikke greit å dele, mens barn og unge gjerne trenger hjelp av voksne til å sette grenser og håndtere eventuelle problemer som dukker opp.

For det andre ser vi at våre deltakere vektlegger risiko noe annerledes enn det tidligere litteratur gjør, og at de ikke har tro på at sharenting kan reguleres gjennom lovverk. Tidligere litteratur på risiko og personvern og sharenting indikerer at ikke alle foreldre er villige eller i stand til å ivareta deres barns personvern (Donovan, 2020). I vår studie, derimot, er de foresatte svært opptatte av å ta hensyn til barn og unges meninger rundt deling på sosiale medier, og de viser også at de stort sett har den kritiske medieforståelsen til å ta gode vurderinger rundt dette, men vurderingene de gjør når det gjelder risiko avviker noe fra litteraturen. Litteraturen vektlegger for eksempel eksponering av barns personlige data og at det skapes digitale fotspor fra barna fra de er nyfødt, og noen ganger til og med før det (Leaver, 2022). I tillegg kreves det et bedre lovverk for å beskytte barn mot foreldres sharenting-praksiser (Donovan, 2020). I vår studie var alle aldersgruppene mest opptatt av sosiale og relasjonelle konsekvenser ved delingen, som tap av kontroll over egen digital identitet og sosiale sanksjoner, som mobbing. De var ikke spesielt opptatt av hvilke data som deles på barnas vegne, eller hva som skjer med disse dataene – til tross for at både

ungdommer og foresatte var klar over at å slette innhold på sosiale medier ikke nødvendigvis innebærer å slette innhold fra internett. Dette er i tråd med tidligere forskning på personvern, som viser at forbrukere ikke nødvendigvis er så opptatte av det, og det kan forklares ved at ikke så mange er klar over hvor verdifulle våre personlige data er for plattformene, og hvordan de selges og brukes videre i et stort usynlig marked (Slette-meås et al., 2022). I tillegg var de foresatte i vårt materiale mest bekymret for hva ungdommene deler seg imellom når det gjelder disse temaene, mens innhold de selv deler ble ansett som mer ufarlig. Dette kan bidra til å forklare personvernsparadokset beskrevet i delen om tidligere litteratur, at foreldre med høy kompetanse deler mest av barna sine (Bhroin et al., 2022). Når det gjelder regulering av sharenting anså våre deltakere det som vanskelig og upraktisk – med unntak av bruk av barn i kommersielle situasjoner, som hos influenser-foreldre, noe som derimot ble ansett som viktig.

Til slutt belyser vårt materiale tydelig hvordan sharenting-praksiser ikke foregår isolert, men påvirkes av en rekke faktorer, noe vi mener er underkommunisert i tidligere forskning på temaet. For eksempel er det gjennomgående i studien at tidsaspektet er viktig, gjennom hvordan de sosiale medieplattformene har utviklet seg, at barna det deles om har blitt eldre, foresatte gjort seg flere erfaringer, og at bevisstheten rundt mulige negative konsekvenser av deling har økt over tid. I tillegg er delingen avhengig av hvilke plattformer det deles på og deres karakteristikker, plattformøkonomien, og at negative aspekter ved slik deling på nett har blitt løftet opp til medie- og samfunnsagendaen de siste årene. Over tid har dette bidratt til å endre foresattes delepraksiser, og ført til en økt kunnskap om og bevissthet rundt mulige konsekvenser ved deling av innhold på sosiale medier blant både foresatte og barn og unge.

Disse funnene vil vi nå undersøke videre gjennom å diskutere identitetskonflikter mellom barn, unge og foreldre, og maktperspektiv både mellom foresatte og barn og unge, og mellom plattformene og brukere. Deretter vil vi presentere noen forslag til tiltak for å bygge kompetanse og gjøre foresattes delepraksiser mer i tråd med barn og unges interesser.

5.2 Identitetskonflikter mellom barn, unge og foresatte

Flere studier viser at gjennom sharenting har foresatte allerede bidratt til å skape barns digitale identitet før barna selv har blitt aktive på sosiale medier (Brosch, 2016; Davidson-Wall, 2018). Små barn er spesielt sårbare når det kommer til foresattes sharenting-praksiser (Nottingham, 2019). Hvis et barn er for lite til å snakke, vil de ikke kunne uttrykke eller formidle bekymringer til foreldrene sine på samme måte som et eldre barn kan. Videre er det ikke sikkert at et lite barn engang er klar over at foreldrene deres har delt informasjon om dem på nettet. De er avhengig av at foresatte er i stand til å tenke kritisk og reflektere over risikoer som ligger til grunn når de deler informasjon om barn på nett. Likevel kan barn og unges interesser være i konflikt med de foresattes interesser, og dermed kan ulempene barn møter gjennom foresattes sharenting-praksiser gå på bekostning av fordelene foresatte får gjennom sharenting.

I litteraturgjennomgangen skildret vi hvordan sosiale medier kan bli brukt til å forme foresattes selvpresentasjonen. En av motivasjonene til sharenting er at innhold foresatte deler om barna sine i sosiale medier er med på å forme den digitale identiteten til foresatte (Ouvrein and Verswijvel, 2019), blant annet gjennom å framstå som «gode foreldre». Dette innholdet kan gå på bekostning av hva barn og unge synes er greit at foresatte deler om dem.

Dette vil da være uheldig da dette innholdet har vært med på å forme unges digitale identitet som ikke samsvarer med hvordan de unge selv ønsker å presentere seg selv i sosiale medier (Davidson-Wall, 2018). En konsekvens er at det da oppstår spenninger mellom foresatte og unges digitale identitet.

I vårt datamateriale ser vi også tydelige spenninger mellom foresatte og unges perspektiver på sharenting. Barn og unge oppfatter at foreldre har mindre kontroll på hvem som kan se innhold de deler enn det de foresatte selv tror, i tillegg til at de ulike gruppene har ulike ideer rundt hva som er et fint bilde. Barn og unge antyder at foresatte ikke er i stand til å vurdere dette ettersom de alltid synes barna sine er fine uansett, og det blir derfor uenigheter mellom foresatte og barn rundt hva som er et «fint» bilde.

Jenny (17 år): Ja fordi jeg tror veldig mange foreldre ikke skjønner hvorfor du ikke vil ha det bildet oppe eller noe sånt da. Sånn når jeg sa ifra til mine foreldre at de kanskje ikke, først spørre meg før de legger ut ting, så var det sånt «hvorfor det - du er jo så fint på alle bilder vi legger ut av deg». De skjønner kanskje ikke helt hva du mener, og hva du tenker.

De foresatte var også innom dette temaet. En foresatt mente at det kan være store variasjoner fra person til person, der noen barn er opptatt av hva som deles mens andre ikke er det.

Soju (39 år): Det er jo opp til hver unge og da er det jo hvilket forhold de har til den digitale identitet liksom, hvordan de tenker. Noen bryr seg ikke, men noen bryr seg veldig mye.

Blant de voksne var det ikke alltid at de tok barn og unges perspektiv om hva som er et fint bilde på alvor. De respekterer barn og unges mening og sletter innhold hvis de unge ber om det, men barnas motvilje mot enkelte bilder blir noen ganger bagatellisert. En av de problemstillingene der unge og foresatte ser ut til å ha ulike synspunkter, er betydningen av fysisk utseende på nettet. Ungdommer gir uttrykk for at de ønsker å se så bra ut som mulig, og bruker kanskje sminke eller filtre for å forsterke sitt fysiske utseende. Foreldre på sin side er ofte mer opptatt av å dele koselige familiebilder fra for eksempel en hyttetur eller ferietur der det perfekt fysisk utseende ikke er deres prioritering. Flere av de unge i studien ga uttrykk for at de synes slike bilder var flau og upassende, og at det gikk på tvers av hvordan de selv ønsket å framstå i sosiale medier. De ønsket derfor at dette var innhold de foresatte skulle slette fra sine sosiale medier plattformer. Foreldrene på den andre siden mente at så lenge bildene ikke var veldig ille, var det ikke så viktig at barna ble litt flau over det som var delt. Disse spenningene mellom foresatte og unge er godt illustrert i Jennys (17 år) sitat:

De ser deg som liksom så unik og så pen selv om du kanskje smiler skeivt eller gjør noe som er rart liksom og du tenker at det er et kjempestygt bilde av deg selv. De ser jo bare deg som er ungen deres.

Jenny beskriver at foreldre ikke klarer å se at bildene av barna kan være uheldige da de alltid ser på dem som pene og unike uansett. De vil derfor ikke oppdage om «du smiler skeivt» og legge ut et bilde som barnet ikke liker. Dette er i tråd med tidligere forskning som viser at barn ikke liker når foreldrene deler innhold om dem som de ser på som pinlige, uflatterende eller negative på andre måter (Lipu og Siibak, 2019). Resultatene i denne studien viste at barn og unge ikke ville at foreldrene skulle dele flau bilder av dem eller bilder der de ikke

selv synes de så fine ut. De var også opptatt av at foreldrene ikke skulle «overshare» om livene deres, men helst holde seg til de store, viktige øyeblikkene i deres liv. En av deltakerne trakk frem at foresattes sharenting praksiser også kunne medføre negative konsekvenser for unges mentale helse dersom innhold kom på avveie og kunne brukes for eksempel til mobbing. De foresatte i studien mente at barn og unge på den andre siden er veldig kritiske til hva som blir lagt ut.

Thor (57 år): De er veldig kritiske til hva som blir lagt ut og at de ønsker kontroll over det. Det ser jeg på deres egne sosiale kontoer også at der er, det er nøye overveid hva de legger ut, ikke nødvendigvis innhold, men det skal på en måte være veldig regissert da. Det er ikke så mye øyeblikksbilder der, det tas ja, det vurderes før de legger ut.

Videre sier Dunja (45 år) at bildene som legges ut må «være riktig posisjon, riktig plass, riktig sted så ja, det er ikke bare å ta et bilde og legge det ut da.» Hun mener videre at trenden blant ungdom er negativ og at de ikke viser sin sanne jeg, men «en helt annen versjon av seg selv».

Dunja (45 år): Jeg tenker det som har på en måte vært veldig viktig for meg det er den bilderedigering. Det har blitt spesielt når jeg har en som er 18 og så må jeg si at det føles at det er ikke hun på bildene og så må jeg bare si det med filter og bilderedigering og sånt det synes jeg må man være litt mer kritisk til. Fordi det bruker de ekstremt mye tid på og egentlig vise sin ikke sanne jeg, men en helt annen versjon av seg selv. Så det synes jeg kanskje er en uheldig utvikling av bildedeling.

På den måten fremmer noen av de foresatte at de synes det er mer bekymringsverdig og «risikabelt» med hva barn og unge selv deler på sosiale medier seg imellom enn det de deler. De fleste av foreldrene i studien mente at de hadde tenkt bevisst rundt hva de delte om barna sine i sosiale medier, og at de ikke hadde lagt ut ting som utgjorde noen store negative risikoer for barna. Men det blir også nevnt av en foresatte at han synes at det kan være greit at man er litt mer kritiske til hva som blir lagt ut, at man ikke nødvendigvis skal dele det første og beste bildet.

Halvard (48 år): Jeg har jo to jenter på 15 og 19 år og selv om jeg får legge ut ting, da skal det være, de skal være veldig fornøyde med bildene hvis jeg skal få lov til og jeg ser det på dem selv også. Det kan jo være veldig mange takninger med de bilder som blir lagt ut. Det er ikke som i gamle dager at vi la ut, (ler) la ut første og beste bilde. Det er ikke sånn lenger og det er kanskje bra og.

Personvern var også noe de unge i studien var opptatt av. De mente at ikke alle foresatte respekterte unges personvern og at dette kunne både gå på bekostning av de unges identitet og føre til negative konsekvenser slik som mobbing, kriminelle handlinger og fremtidig misbruk av informasjon foresatte deler om barna sine. Det var også en mor i studien som trakk frem rett til privatliv som indikerer at noen av foreldre har reflektert rundt problemstillinger knyttet til personvern. Også tidligere litteratur har funnet at barn og unge er opptatt av personvern når det kommer til foresattes sharenting-praksiser (Ouvrein og Verswijvel, 2019). Dette kan knyttes opp mot barn og unges identitetsutvikling. Som beskrevet av Brinthaup og Lipka (2002), er ungdomstiden en avgjørende periode i utviklingen av et barn. Dette er en periode hvor de eksperimenterer med sin egen

selvidentitet for å forstå seg selv, og sosiale medier gir ungdom en unik mulighet til å eksperimentere med sin identitet. Ungdom lærer at andre har ulike oppfatninger av dem, og at de kan påvirke andres oppfatninger om dem ved måten de fremstiller seg selv på (ibid.). Ungdom kan gjennom sosiale medier utvikle sin egen identitet og ha forskjellige selvpresentasjoner ut fra hvilken kontekst de befinner seg i (Ouvrein and Verswijvel, 2019).

Det man deler på sosiale medier vil alltid være gjenstand for tilbakemeldinger og likes fra andre. Dette gjør at ungdom vurderer nøye hvilket innhold de velger å dele eller ikke med deres nettbaserte sosiale relasjoner. Når foresatte deler innhold av barna sine, kan dette gå på tvers av den framstillingen ungdom ønsker å ha av seg selv i sosiale medier, og selvpresentasjonen til unge vil være påvirket av hva foresatte deler om dem i sosiale medier. Dette vil videre være i strid med unges naturlige utvikling der de i større grad skal ta avstand fra foreldrene sine og søke mot mer selvstendighet (Brinthead og Lipka, 2002). Det er derfor viktig at ungdommer får nok frihet og autonomi til å skape sin egen identitet, da det hjelper dem med å utvikle uavhengighet.

Ut fra dette er det viktig at foresatte setter barn og unges digitale identitetsbygging foran sin egen og har god kommunikasjon med barna sine om hva de syns er greit å dele og hva som ikke er greit å dele. Både barn og ungdom i vår studie er svært opptatt av at foresatte må ha deres samtykke til å publisere innhold om dem på sosiale medier. Samtykket kan på den måten hindre at barn og unge får uønskede konsekvenser av sharenting. Likevel må voksne også reflektere over om barnas holdninger til hva som er greit å dele kan endre seg over tid. Dette gjør noen av foreldrene i studien. En pappa legger vekt på at unges digitale identitet varierer og vil utvikle seg over tid. Flere av foreldrene i studien er enig i dette og sier at et bilde de legger ut av barna når de er små, kanskje vil være et bilde barnet ikke liker når de blir eldre.

Soju (39 år): Hvordan de vil liksom bli presentert forandrer seg, altså det blir jo litt sånn eh hvordan han [sønnen] ønsker at jeg skal liksom ta bilde av han eller ikke. Det kan jo bli forandret med at de er tenåringer også. Altså det er avhengig av forholdet de har til den digitale identitet.

5.3 Maktperspektiv

5.3.1 Ansvar, agens og medbestemmelse

Forholdet mellom unge og foresatte blir både i fokusgruppene og i litteraturen beskrevet som delvis spenningsfullt. Foresattes dobbeltrolle ved å både ha ansvaret for barnet og gi barnet agens og frihet, i tillegg til foresattes rett til å ytre seg kan føre til motstridende interesser. I vår studie var ikke de foresatte opptatt av ytringsfrihet når det gjaldt deling på sosiale medier. Som vi så i kapitlet om motivasjoner, var det andre faktorer som drev bildedelingen. Likevel opplevde de også spenninger mellom disse motivasjonene og barnas rett og krav om agens og kontroll.

Foresatte har ansvaret for å ta risikovurderinger rundt mulige konsekvenser av å dele om barna sine på sosiale medier og behøver kompetanse for å ta slike avveininger. Som beskrevet i litteraturdelen om forholdet mellom foresatte og barn kan foresattes manglende risikovurderinger og interesse for dette samt manglende digital kompetanse føre til konflikter (Donovan, 2020; Leaver, 2022).

I samsvar med tidligere litteratur, klagde både barn og ungdommer i denne studien på at foresatte manglet interesse eller kompetanse til å reflektere over mulige negative konsekvenser rundt deling av barna sine (Donovan, 2020; Leaver, 2022). Dette kan forstås som et tegn på manglende agens og medbestemmelse som unge kan oppleve som en skeiv maktbalanse. Samtykke kan dermed anses som en mulighet for unge å ta kontroll over eget liv. Foresatte som har både et ansvar og dermed en maktposisjon kan velge å ta avgjørelser som unge kan oppfatte som problematisk. Selv om foresatte har en viss maktposisjon, kan barn og unge også vise agens ved å for eksempel dele innhold om foreldrene sine med eller uten samtykke. Videre kan barn og unge gå i dialog med sine foresatte og be om å få medbestemme når foreldrene ønsker å dele innholdt.

I fokusgruppen med ungdommer ble det tydelig at ungdommer har en forståelse for at foreldrene har ansvar for barna sine og at det er greit så lenge det gis mulighet for unges medbestemmelse. Samtidig som de også poengterte at foreldre ikke alltid tenker på å be om samtykke eller at de ikke involverer barnet slik at de ikke får drøftet mulige konsekvenser ved delingen på forhånd. Dette blir sett på som problematisk fordi foreldres deling kan gå på bekostning av barnet dersom innhold skulle komme på avveie eller blir brukt mot dem. Som vi så i delkapitlet om risiko og tap av kontroll, er det gjerne personen på bildet eller videoen slike konsekvenser rammer og ikke nødvendigvis den som publiserer det.

Vårin (16 år): Nei altså det er jo fort egentlig liksom, det er barna dine du tenker kanskje at det er egentlig, du sprer jo ikke de verste bildene så man kan jo fort tenke at det går fint da, eller jeg tenker liksom, så det kan jo fort hende at du får et bilde ja at foreldrene dine legger ut et bilde på Facebook som egentlig ikke du enten vet at det ligger ute eller ha godkjent da.

Silje (43 år): Jeg la ut bilde av (navn til barnet) det ligger vel hvis du scroller langt nok ned i feeden min og han har funnet mascaraen min og har tegnet over hele seg.

Noen ler.

Silje (43 år): Og så står han i bare bleia da med mascara.

Flere ler

Silje (43 år): Og det var jo morsomt da, jeg vet jo ikke om han syns - han vet ikke at det er der for han var jo så liten da. Han gikk jo i bleier, jeg har ikke vist ham det.

Det burde nevnes at foresatte som deltok i prosjektet, hevdet at de ønsket å vise respekt for barna sine og fremstille dem positivt som viser at foreldrene tar ansvar og er opptatt av å vise omsorg for barna sine. Foresatte forklarte at de hadde en forståelse for unges behov til å kontrollere sin egen identitet og et ønske om mer medbestemmelse.

Noen foresatte forklarte at de hadde lært mye etter hvert og innsett en del feil de gjorde knyttet til deling av barna sine. Dette indikerer at foreldrene som deltok i prosjektet ønsker å fremme barnets beste og er bevisste på betydningen av sin posisjon. Det var også noen foreldre som tematiserte at de hadde manglende kunnskap om sharenting før som førte til uheldige situasjoner som beskrevet i delen om risiko. Foreldrene trakk frem at tidsperspektiv kan bidra til ulike oppfatninger som kan føre til konflikter blant foresatte og voksne. Det kan

hende at barn og unge etter hvert når de utvikler sine egne identiteter angrer på tidligere avgjørelser når det gjelder delingen. Tidsaspektet øker kompleksiteten av forhandlingsprosesser og ansvaret i beslutningsprosesser om hva som kan deles.

Marianne (52 år): Vi prøver jo ikke å legge ut bilder som latterliggjør, men det kan oppfattes latterliggjøring når man blir i hvert fall når man er i sånne mellomstadier. Kanskje når man blir voksen igjen så synes man at det er greit, ja at man som ungdom synes at det er flaut liksom.

Med økende alder fikk unges mening mer tyngde og foresatte fortalte at de respekterte at deres tenåringsbarn ønsket å påvirke hvordan de blir fremstilt som beskrevet i resultatdelen om samtykke og i litteraturen (Davis, 2012). Foreldrene fortalte at de hadde diskusjoner med barna sine rundt deling særlig når de begynte å bli ungdommer. Disse samtaler kunne delvis være spenningsfulle som kan forstås som grense-turbulens som beskrevet av Leaver (2022), selv om foreldrene også gav uttrykk for at de skjønnte hvordan det var å være ung.

Mari (53 år): Nei jo, jeg tenker at før så synes jeg at jeg la ut, men så har jeg fått streng beskjed om at jeg ikke skal gjøre det.

Vårin (16 år): Du har blitt tvunget til det.

Samtalen mellom unge og voksne ble beskrevet som stort sett greie fordi foreldrene var åpne for å høre på barna sine. Dette kan tyde på at det er en god maktbalanse i familiene i Norge, noe som speiler den moderne oppdragelsesstilen der det er fokus på dialog og forhandling mellom barn og voksne (Ulvund, 2023). I vårt materiale er de foresatte opptatt av å respektere barnas meninger, og barn og unge var opptatt av å bli hørt. Det som ble sett på som krevende for ungdommer var å forklare at foreldrenes perspektiver kunne være ulikt fra deres eget når det gjelder hva godt innhold er. Dette kunne føre til spenninger og utfordringer mellom foreldre og barn.

Samtaler om deling og medbestemmelse kan også være lærerikt for unge da samtalen kan vise dem at foreldrene respekterer dem og har en forståelse for deres erfaringer. En av de foresatte forklarte at involvering fra tidlig alder er svært viktig for å muliggjøre en god dialog og gi ungene mulighet til å skape sin egen identitet. Dette kan også være en mulighet for at det ikke deles uheldig innhold hvor barnet vises i sårbare situasjoner og for å utjevne en mulig skeiv maktbalanse mellom foresatte og sine barn.

Helle (44 år): Så jeg har liksom, jeg har i hvert fall blitt bevisst på å være i en god dialog med dem og der har jo fått en god dialog tilbake altså. Og det har vært bevisstgjørende for barna og hva de legger ut og det er jo og læring i det å ha blitt lyttet til tenker jeg.

Som nevnt i delen om digitalt foreldreskap er familier ulike (Livingstone & Blum-Ross, 2020; Mascheroni et al., 2018), og dermed varierer også mulighetene for barn og unge til å påvirke sine foresattes sharenting-praksiser. Dette kan føre til at noen barn og unge har mindre mulighet til medbestemmelse som kan øke deres risiko for å oppleve sosiale sanksjoner og risikoer på grunn av foreldres deling på nett.

Videre har barn og unge som nevnt ulike oppfatninger som betyr at de i større eller mindre grad ser på sharenting som et problem. Dette samsvarer også med funn i litteraturen (Smahel, 2020). I tillegg påvirker dagsordenen i form av diskurser rundt enten unges rettigheter

og muligheter i det digitale rommet eller behovet for å beskytte og verne barn og ungdommer deres muligheter til medbestemmelse.

Flere foresatte viser til at det har vært debatt og oppmerksomhet i mediene både rundt sharenting (og spesielt i forbindelse med influensere), men også om sosiale medier og hvordan plattformene opererer generelt. Dette speiles også ellers i samfunnet. For eksempel fortalte de foresatte at temaene har blitt tatt opp på foreldremøter og barnehager, og politiet har vært involvert for å gi informasjon. Lignende fortalte ungdommene at de har fått informasjon om risikoer ved deling av innhold på sosiale medier på skolen. Dette har gitt en økt bevissthet rundt hva som skjer med innhold som publiseres på sosiale medier og hvordan dataene vi legger fra oss kan misbrukes, noe som igjen påvirker foresattes bildedelingspraksiser og deres vurdering av risiko. I tillegg vil barn og unge som vokser opp med slike sosiale medier også få en økt bevissthet rundt disse aspektene og kan på den måten bidra til opplæring av foreldregenerasjonen. De foresatte nevner ofte at de publiserte mer av barna før enn de gjør nå, noe som forklares med at barna har blitt eldre og sier ifra når de ikke vil tas bilde av, at teknologien og plattformøkonomien har utviklet seg, og at samfunnet generelt er mer bevisst på de negative sidene ved slik deling.

Ansvar for å si ifra dersom foreldre skulle dele noe ungene ikke var enige med ble ofte plassert hos ungene selv. Noen foreldre syntes at det var deres ansvar å ta opp sharenting mens det i praksis kunne hende at det var barna som sa ifra dersom de ikke ønsket at foreldrene delte. Dette kan virke noe paradoksalt siden foreldre har ansvaret for å inkludere barnet sitt etter alder og evner. Med tanke på unges ansvarliggjøring i sharenting er det overraskende at det er lite forskning fra unges perspektiv for å kartlegge deres forståelser, erfaringer, oppfatninger og mulige ønsker om å styrke deres rett til privatliv og egen identitet. Under workshopen ble det diskutert at skolen, politiet og aktører innen digitalfeltet har ansvar til å informere foreldre om unges rettigheter og mulige farer. Dette er en form for institusjonalisering av digitalt foreldreskap som plasserer ansvaret for barn og unge hos fagpersoner og foresatte.

5.3.2 Kommersielle aspekter og makt

Prosjektdeltakere drøftet maktaspektet mellom foresatte og sine barn i sharenting-praksiser særlig når det gjaldt influensere som hadde kommersielle formål ved å dele om barna sine. Det ble trukket frem at å avveie barns eksponering mot foreldres levebrød var problematisk. Dette samsvarer med kritikken i litteraturen hvor barnets eksponering til mange følgere for å generere inntekter til foreldrene blir problematisert (se for eksempel Lou & Yuan, 2019). Deltakerne foreslo bedre reguleringer for å unngå en skeiv maktbalanse og diskuterte mulige spørsmål knyttet til gjennomføring og håndheving av et slikt lovverk. Det er uklart hvor vidt barn av influensere oppfatter sin mulighet for medbestemmelse av hva foreldre legger ut om dem eller ikke. Derfor er det behov for fremtidig forskning på denne tematikken.

Deltakerne tematiserte at det var lett å få tilgang til innhold på sosiale medier plattformer og at noen delingsformer opplevdes som sikrere eller mer private enn andre. Utover disse teknologiske funksjonene ble det lite diskutert rundt hvordan kommersielle aktører som drifter plattformene påvirker delingsmulighetene og tjener på foresattes sharenting praksiser på sosiale medier. Det ble så vidt tatt opp at deltakerne stort sett samtykket til personverns- og brukervilkårene på plattformene fordi de hevdet at det var slikt man måtte gjøre for å kunne benytte seg av tjenestene. Fremtidig forskning kan undersøke mer hvordan unge og

foresatte tenker rundt denne tematikken når det gjelder sharenting og hvor vidt de oppfatter det som en skeiv maktbalanse.

5.4 Tiltak

Under fokusgruppene med foresatte og workshopen ble det tydelig at foresatte og ungdommer er kritiske mot en lovgivning som er rettet mot dem som foreldre, men positiv til retningslinjer og kompetansebygging. Noen av foreldrene under workshopen nevnte at en lovgivning ville være vanskelig å gjennomføre, håndheve og sanksjonere. Derimot understrek foresatte at det er behov for mer dialog og god kommunikasjon. Dette kan ansees som en form for aktiv foreldremediering med tanke på digitalt foreldreskap som er basert på dialog og samhandling mellom foresatte og sine barn (Elvestad, Staksrud, & Ólafsson, 2021).

Marianne (52 år): Mer dialog, mer kommunikasjon hele veien.

En far understrek at det er viktig å oppdra barna til å tenke kritisk om både foresattes og egen deling av innhold på sosiale medier. Sist nevnte var et gjennomgående tema blant foresatte som var bekymret over unges deling av innhold og mulige negative konsekvenser. Dette virker også som en form for en aktiv digital foreldremediering hvor formidling av kompetanse og kommunikasjon om det digitale er en viktig del av unges digitale oppdragelse (Elvestad, Staksrud, & Ólafsson, 2021).

Foresatte forklarte at dagsorden og delingspraksiser forandrer seg som medfører et økt behov for digitale kompetanser og læring. Dette peker på at tiltak burde vurderes og utvikles jevnlig i tråd med teknologiske utviklingen og samfunnsnormer rundt deling.

5.4.1 Barn og unges tips og ønsker rundt sharenting

I fokusgruppene med barn og ungdommer ble det veldig tydelig at samtykke er svært viktig for dem når det gjelder foresattes delingspraksiser. Unge ønsker at foresatte spør om lov før de deler innhold og forteller om hvor og med hvem de ønsker å dele.

Helene (forsker): Victor tror du at det er vanlig å, at barn og unge blir spurt før foreldrene legger ut bilder eller videoer eller noe annet?

Victor (16 år): Om det er vanlig det kan jeg ikke svare på, men om det burde gjøres slikt det kan jeg si ja til. Fordi det går jo også litt på personvern også, selv om foreldrene dine er ansvarlig for deg. Så er det veldig koselig da å bli spurt og at de faktisk har fått godkjenning, ja tillatelse da. Men jeg vil gjette at det finnes tilfeller da hvor rett og slett foreldrene bare ikke spør og så blir bilde lagd ut uansett.

Ifølge barn og unge varierer ofte oppfatninger mellom dem og sine foresatte om hva som er et fint bilde eller en bra video som beskrevet i resultatdelen. Det er derfor viktig å ha en samtale om hva som er greit å dele. Ungdommene hevder at når foresatte har tillatelsen av barnet sitt kan de unngå at barnet føler seg ukomfortabel. Barn og unge ønsker også å bli spurt om det er greit å dele innhold i lukkede grupper med færre som for eksempel familiegrupper. Det ble trukket frem at det er bedre å dele innhold i lukkede grupper slik at færre personer kan få

tilgang til innholdet. Barna forklarte at de også ønsker å bli spurt dersom det skal deles bilder av dem hvor ansiktet deres ikke er synlig.

Et annet ønske er å involvere barn i delingspraksiser fra tidlig alder og spørre om samtykke. Både ungdommene og barna mente at foresatte også må respektere svaret og akseptere et nei. En ungdom la til at dersom barnet er ukomfortabelt med et bilde kan det være en mulighet for å snakke om å finne et alternativt bilde sammen. Barn og unge snakket om at det var viktig for dem å kunne sette grenser for hva som skulle være privat og hva som kunne deles og ønsket seg en god dialog med foresatte som respekterte grensene deres. Videre ble det trukket frem at det er viktig å ikke eksponere barnet i sårbare eller uheldige situasjoner som lettkledde bilder eller bilder fra sykehusseng. I tillegg ytret de unge at foresatte ikke skulle dele personlig informasjon og ikke dele for mye for å beskytte barnet. Både barn og unge forklarte at hvert lite øyeblikk ikke trenges å dele og at foresatte må ta vurderinger rundt mulige fremtidige negative konsekvenser for barnet.

5.4.2 Kompetansebygging

I fokusgruppen med ungdommer ble det foreslått at foresatte kunne lære mer om deling på sosiale medier. Ungdommene forklarte at foresatte burde få informasjon knyttet til mulige risikoer, personvern og rekkevidden av å dele innhold. Videre nevnte ungdommene at foresatte burde lære seg hvordan de kan begrense faren for at upassende innhold kan komme på avveie. Det ble foreslått at en slik kompetansebygging burde foregå på de plattformene og mediekanalene foresatte bruker mest, som for eksempel på Facebook eller i aviser.

Jonathan (18 år): De burde kanskje lære litt og siden sånn de har jo ikke vokst opp med sosiale medier så de vet jo ikke helt sånn, de vet kanskje ikke hvor langt får litt sånn gå hvem som kan få tak i bilde.

Live (forsker): Men hvordan tror du at man kan lære dem om det?

Jonathan (18 år): Kanskje gjennom avisartikler eller reklame på sosiale medier som Facebook eller Instagram på de sosiale medier de bruker mest.

Videre blir det nevnt at skolen kunne ta ansvar for å lære opp både barn og unge og foresatte om sharenting.

5.4.3 Skolen som kompetansebyggende arena

Både foresatte og unge hevdet at skolen kunne være en viktig arena for læring og dialog. Det var flere foresatte som hadde vært med på ulike foreldremøter hvor nettrelaterte spørsmål ble tatt opp og drøftet. Disse møtene ble oppfattet som svært lærerike.

Under workshopen ble det foreslått at det kunne være en mulighet å bruke rollespill i undervisningen for å få unge til å reflektere over hvorfor foresatte deler om dem, og drøfte rundt mulige løsninger for å styrke deres rett til privatliv og mulighet til å utvikle sine egne digitale identiteter. På den måten kan barn og ungdom formidle sitt perspektiv til læreren. Lærerne kan deretter invitere til et foreldremøte hvor foresatte får delta i et rollespill hvor de skal sette seg inn i barn og unges posisjon og i tillegg få hovedpoenger og løsninger formidlet av lærerne. Rollespillet kan være en mulighet til å diskutere ulike perspektiv og

risiko og bevisstgjøre foresatte på unges perspektiv. Barn og unge hevdet at det var positivt for dem å ha mulighet til å reflektere over sine foreldres delingspraksiser under workshopen og hevdet at en slik mulighet i skolekonteksten kunne være verdifullt for deres jevnaldrende.

Det ble også diskutert at skolen kan være en rollemodell ved å oppmuntre foresatte til å involvere barna sine i beslutninger. Foresatte må ofte undertegne samtykke til at skolen skal få lov til å ta bilder av barna i skolesammenheng. Dette kan også være en modell foresatte kan bruke i det private. Dette kan bevisstgjøre foresatte om at det er viktig å respektere barn og unges perspektiv og sette søkelys på betydning av samtykke. Ved bruk av et slikt enkelt tiltak kan skolen bidra til å skape dialog om å skape og dele innhold.

Mari (53 år): Jeg tenker litt sånn hvis de er sånn at de fra jo stadig vekk fra skolen i hvert fall, fra ungdomsskolen, så må vi godkjenne at de legger ut barn, bilder av barn i sammenhenger der, skolestafetten og alltid sånne ting. Og det er liksom ikke sånn der at vi blir oppmuntret til at jeg skal spørre barnet om det vi bare sier «ja» eller «nei». Og der burde det kanskje være samtidig være at det er et spørsmål til barna akkurat om det da i hvert fall tenker jeg. Og det kunne enkelt la seg gjøre. Og der mener jeg ikke at, der mener jeg ikke at vårt voksen eller vårt foreldresamtykke eventuelt skulle overskygge eller overstyre det.

Foresatte reflekterte over at skolen er en arena de aller fleste barn og foresatte er knyttet til og dermed egner seg særlig til å skape dialog og formidle kunnskap. Samtidig ble det også anerkjent at ansatte i skolen har mange ulike oppgaver.

Julie (51 år): Jeg tenker at det egentlig ikke er skolens ansvar, men det er jo på en måte en felles arena da. Og det er lett å fange opp de rette aldersgruppene og foreldrene, så ja.

Dersom skolen burde ta opp sharenting behøves det ressurser og kompetanse for å gjennomføre og evaluere mulige tiltak.

5.4.4 Regulering av influensere

Foresatte i fokusgruppen og under workshopen var positive til regulering av influensere som delte innhold av sine barn på deres brukere for å styrke unges rettigheter. Dette vil muliggjøre at barn av influensere kan beskyttes mot ulike risikoer, sikre deres rett til privatliv, unngå uheldig fremstillinger og gi dem kontroll over sine egne digitale identiteter.

Marie (38 år): Jeg er nok veldig positiv til regulering, men det er sikkert veldig vanskelig å lovfeste hvor mange følgere er for mye. Men det hadde vært veldig bra hvis det hadde kommet for ungene sin del.

Det ble også satt søkelys på en del utfordringer og definisjonsspørsmål for at en person skal bli sett på som en influenser, som for eksempel hvor mange følgere man må ha. I tillegg ble det tatt opp at det er behov for å definere forskjellen mellom «vanlig» reklame og sosiale medier med søkelys på å heve frem de teknologiske funksjonene (technological affordances) sosiale medier har (Boyd, 2014). Disse teknologiske funksjonene gjør det lettere å dele innhold, finne tilbake til og spre innhold samt å samle forskjellige typer informasjon som for eksempel utseende til et barn, bursdag og navn. Videre ble det konstatert at det er behov for å tydeliggjøre hvilket innhold, med hvem og på hvilke plattformer influensere skal få lov til å dele.

Dersom influensere bruker barna sine i kommersielle sammenheng på sosiale medier burde det reguleres hvem som får økonomisk gevinster og hvordan disse eventuelt fordeles. Det burde også reguleres hvilken påvirkning og rettigheter barna vil ha i et slikt forslag. Det vil si hvordan man kan sikre at barns deltakelse er frivillig og ikke basert på press fra foreldrene. Reguleringen burde omfatte hvor vidt ungene får mulighet til å trekke seg og bestemme hva de skal reklamere for. Det burde også reguleres hvilke produkter barna kan reklamere for dersom et slikt forslag skulle utvikles.

Konstant deling av innhold om barn som ble beskrevet som overvåkning av 24/7 direktestrømming ble sett på som brudd på barns rett til privatliv og som en permanent jobb for barna. Det ble konkludert at en slik form for sharenting burde reguleres for å verne unge.

Deltakerne diskuterte at det er behov for å ha tydelige regler for hvordan eventuelle brudd på lover skal håndheves og følges opp. Det ble påpekt at det er uklart hvem som burde ta ansvaret for å håndtere slike saker.

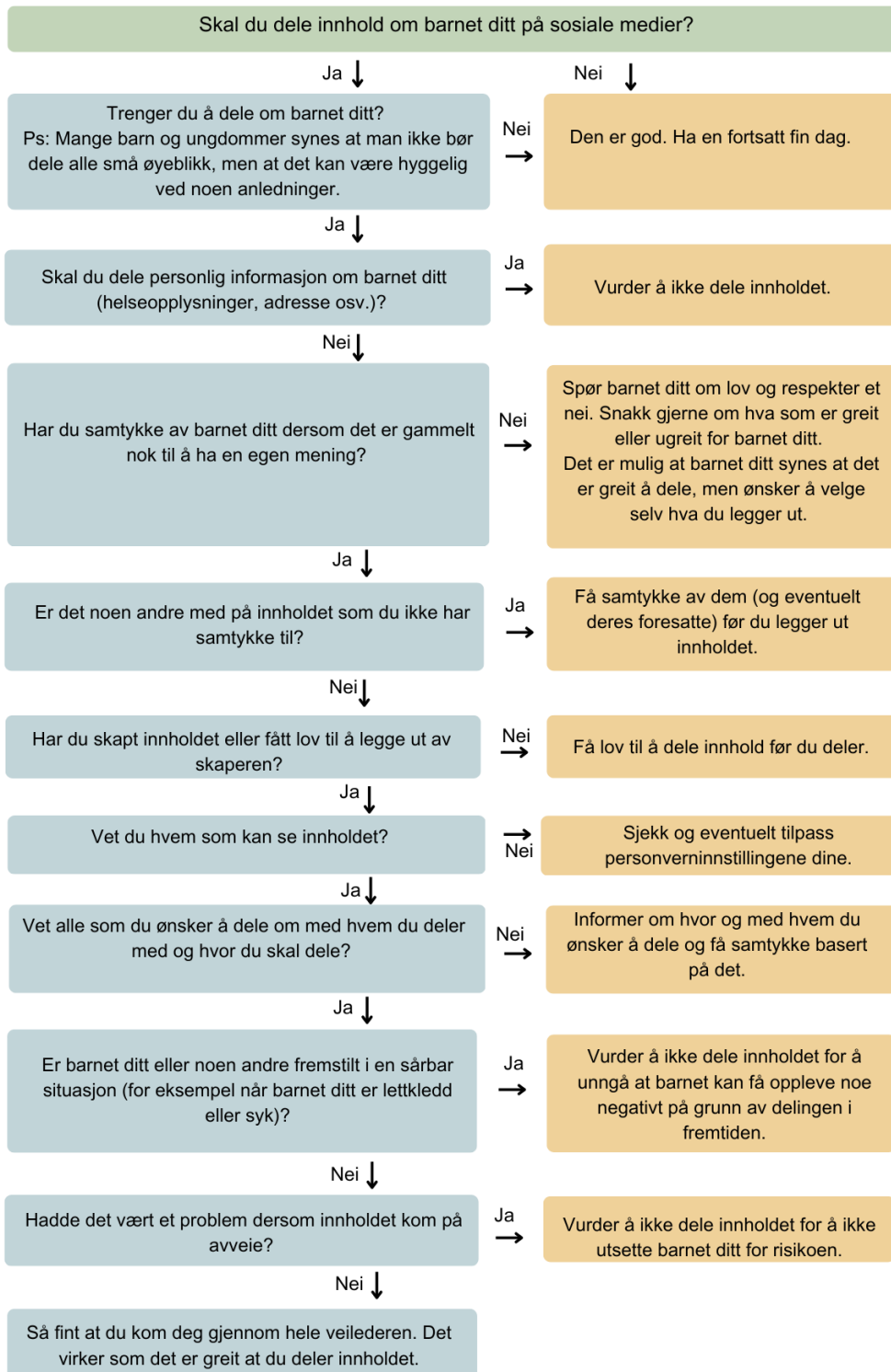
I fokusgruppene med barn og unge ble det lagt vekt på at influensere, som andre foresatte, burde tenke langsiktig for å vurdere om innholdet kan få negative konsekvenser for barnet. Dette ble sett på som særlig viktig dersom influenseren har mange følgere. Videre ble det understreket at foresatte trenger å få samtykke av barnet sitt og ikke deler innhold som viser barnet i en sårbar eller uheldig situasjon. På grunn av rekkevidden av innholdet og med tanke på mulighet for fremtidige risikoer ble det nevnt at influensere burde være varsomme og ikke dele personlig informasjon om barnet.

5.4.5 Sharenting - veileder

Retningslinjer i form av en veileder blir sett på som en ressurs for foresatte å ta gode vurderinger og minske risikoen for barna sine når det gjelder sharenting. Dette blir sett på som særlig relevant når barna er små og ikke har vurderingsevnen og forståelse for deling av innhold om dem på sosiale medier. I litteraturen trekker også Autenrieth (2018) frem at det er behov for en ny delingsveileder for familier når det gjelder sharenting.

Celine (17 år): Jeg tror en lov på det her ville vært vanskelig, men at foreldre da som er usikre har sånne retningslinjer som man liksom, hvis man er usikker som man kunne har gått gjennom det og sjekket om kan dette deles liksom. Fordi hvis barnet er lite, så greier det ikke å ta vurdering rundt risikoen av det bildet som deles.

Sharenting veileder



6. Konklusjon

I denne studien har vi kartlagt hvordan sharenting-praksiser foregår blant norske foresatte, og belyst både foresattes og barn og unges perspektiver på sharenting. Vi har sett på forholdet mellom foresatte og barn og studert hvordan foresatte involverer barn og unge i deres sharenting-praksiser. Vi har sett at foresattes bevisstheten rundt barn og unges ønsker samt risikoer ved sharenting er økende, men at det likevel er spenninger mellom foreldre og barn når det kommer til hva som er greit å dele i sosiale medier eller ikke. Formålet ved studien var å kunne gi forslag til tiltak slik at barn og unges interesser og rettigheter i større grad ivaretas, foreldres og barns kritiske medieforståelse øker, og forekomsten av uønsket deling reduseres.

I denne studien har vi undersøkt tre forskningsspørsmål:

- 1) Hva er foresattes sharenting-praksiser i Norge i dag?
- 2) Hva er barn og unges opplevelser og erfaringer med foresattes sharenting?
- 3) Hvordan kan sharenting forbedres til å bedre ivareta barns rettigheter og behov?

I det følgende oppsummerer vi resultatene fra studien og konkluderer på disse tre forskningsspørsmålene.

1) Hva er foresattes sharenting-praksiser i Norge i dag?

Sharenting er en vanlig praksis blant foresatte i Norge i dag, men det varierer i hvilken grad foresatte deler om barna sine i sosiale medier. Foresatte deler i hovedsak informasjon om barna sine på Facebook, Instagram og Snapchat, og deler om barna sine for å samle minner om barnas oppvekst, holde kontakt og oppdatere venner og familie, og for å vise fram barna sine fordi de er stolte av dem. Foresatte deler for det meste store øyeblikk i barnas liv, som for eksempel når de har bursdag, skoleavslutning, konfirmasjon og lignende. De deler i mindre grad hverdagsøyeblikk, men når de gjør det er det gjerne i mer lukkede grupper med nære venner og familie og de bruker oftere Snapchat i en slik sammenheng. Foresatte vurderer at det er lite risikoer knyttet til deres delingspraksiser. De mener selv at de ikke legger ut noe som gir uheldige konsekvenser for barna sine, og de er mer bekymret for det barn og unge selv deler på sosiale medier seg imellom. De fleste foresatte i studien har delt innhold om barna sine i sosiale medier uten å spørre om samtykke først, men de har blitt mer og mer bevisste på at man bør spørre før man deler innhold om dem. Dette har skjedd som en konsekvens av at barn og unge i stor grad har sagt ifra selv om at de ikke synes det er greit at de deler uten å spørre om lov først, men også som en konsekvens av økt bevissthet fra mediene, politiet og skolen.

Videre kan det skilles mellom foresatte som deler om barna sine og influensere (influensere) som deler om barna sine. Den største forskjellen mellom foresatte og influensere er at influensere har kommersielle hensikter og ønsker å nå ut til mange mottakere. Likevel tror deltakerne i studien at influenserne også deler om barna sine for å skape minner og vise kjærlighet, i tillegg til de kommersielle interessene. Det blir problematisert at de kommersielle interessene kan skape risiko for unge og at dette kan føre til en maktubalanse.

2) Hva er barn og unges opplevelser og erfaringer med foresattes sharenting?

Også barn og unge sier at foreldrene deler om dem i ulike grad. Noen av barna og de unge sier at foreldrene deres ikke deler om dem i det hele tatt, mens andre sier at foreldrene deler mye om dem. Barn og unge i studien er opptatt av at foreldrene skal spørre om samtykke dersom de skal dele innhold om dem i sosiale medier, og de vil gjerne vite med hvem foresatte skal dele med. Samtykke er viktigst for barn og unge dersom foreldrene skal dele med mottakere utenfor nærmeste familie. Barn og unge ønsker at foreldrene spør dem om samtykke fra de er ganske unge, og iallfall når de selv har begynt å bruke sosiale medier. I studien fant vi at jo eldre barnet er jo mer medvirkning får de i å velge hva foresatte kan dele om dem.

Barn og unge er opptatt av at foreldrene ikke skal «overshare» om livene deres. De ønsker ikke at de deler alle små hverdagsøyeblikk, men synes det er greit når foreldrene deler om milepæler eller store øyeblikk i barn og unges liv. Videre er barn og unge opptatt av hvordan de framstår i sosiale medier, og de ønsker kontroll over sin egen digitale identitet. De liker ikke at foreldrene deler flau eller uhendige bilder av dem i sosiale medier, men vil helst at foreldrene deler fine bilder av dem. Det kan oppstå spenninger mellom foreldre og barn når det kommer til hva de opplever som «fine» bilder. Barn og unge mener at foreldrene ofte ikke klarer å reflektere godt nok over hva som er et «fint» bilde av barnet, da de foresatte synes at alle bildene av barna sine er fine. Foreldrene på den andre siden mener at barna er veldig kritiske til hva som kan deles og at de ikke alltid viser sin «sanne jeg» i sosiale medier. Et forslag fra barn og unge er at de vil være med å velge ut hvilket bilde foreldrene skal dele om dem dersom de må legge ut noe. Dette kan være med på å redusere negative konsekvenser som for eksempel tap av kontroll over hva som bli lagt ut av dem, og for å redusere risiko for mobbing.

3) Hvordan kan sharenting forbedres til å bedre ivareta barns rettigheter og behov?

I denne studien har vi sett at det kan være en skeiv maktbalanse mellom foresatte, som har ansvar for sine barn, og unges mulighet til å bestemme over sine egne liv. De fleste foreldre er opptatt av å fremme barnas beste og vise respekt, ha dialog og sette seg inn i deres perspektiv. Samtidig kan dialogen være anspent og konfliktfull. Unge opplever at foreldre stort sett er åpne, men at noen foreldre glemmer å spørre om samtykke til deling eller bare spør sporadisk om det. En annen kilde til konflikt er ulike oppfatninger om hva godt innhold er og hva som er greit å dele som viser at det delvis finnes generasjonskonflikter. Dagsorden som medieomtaler samt familiesituasjonen kan påvirke hvor mye medbestemmelse barn og unge får i foresattes sharenting-praksiser. Basert på disse funnene har vi foreslått en veileder for foreldre som er usikre på hvilket innhold det er greit å dele om barna sine i sosiale medier. Denne veilederen kan være med på å bevisstgjøre foresatte om mulige risikoer og gi en forståelse av barn og unges perspektiver. I denne veilederen forklarer vi at barn og unge ønsker at foresatte spør om samtykke og informerer om hvor og med hvem de skal dele. Videre er det viktig at foresatte ikke deler innhold om barna sine i sårbare situasjoner. Foresatte bør også reflektere over at innhold barn og unge synes er greit at de deler om dem i dag, ikke nødvendigvis er greit for barn og unge på et senere tidspunkt.

I gruppeintervjuene viste både ungdom og foresatte en generelt sett god kritisk medieforståelse, der de blant annet forstår at innhold ikke nødvendigvis er enkelt å slette igjen når det først er publisert, at plattformene har ulike funksjoner som tilrettelegger for ulike

typer deling, samt at innhold kan havne på avveie. Likevel var det variasjoner i nivå av kunnskap og kritisk refleksjon innad i gruppene, hvor for eksempel foresatte som var borti disse temaene gjennom yrkene sine viste en større kritisk forståelse enn andre som ikke var like aktivt informert. Særlig de unge etterlyste at foresatte bør øke sin digitale kompetanse og forståelse rundt sharenting. Et forslag fra deltakerne i studien var at foresatte trengte mer opplæring i risikoer ved sharenting, samt en opplæring i barn og unges perspektiver på sharenting. Opplæring kan foregå gjennom skolen, avisartikler og i de mediekanalene foresatte bruker. Et samarbeid mellom skolen, politiet og andre aktører som jobber med unge og digitale rettigheter kan derfor være et relevant tiltak. Deltakerne i studien syns derimot at det vil i praksis være vanskelig å regulere foresattes sharenting-praksiser. Likevel kan dette være et tiltak for foresatte med kommersielle interesser. For å bedre beskytte barn av influensere kan muligens en regulering av deling om dem i kommersielle sammenhenger bli regulert gjennom et lovforslag. Likevel krever dette en del forskning og definisjonsarbeid i forhold til for eksempel hvor mange følgere en influencer må ha for å falle i den kategorien og hvilken type innhold som kan eller ikke kan deles.

6.1 Fremtidig forskning

I denne studien har vi beskrevet at det har vært lite forskning på barn og unges perspektiver, tanker og følelser rundt sharenting. Denne studien har vært et første steg til å tette dette kunnskapshullet. Vi har sett at perspektivene til barn og voksne når det kommer til sharenting kan være i konflikt og føre til spenninger. Det er derfor behov for mer forskning på hvordan kommunikasjon mellom barn og foresatte kan føre til gode praksiser som tar hensyn til barns oppfatninger av sharenting og deres personvern i et digitalt miljø. Et av tiltakene som har blitt foreslått i denne studien er at foresatte trenger mer opplæring i konsekvenser av sharenting og hva betydning sharenting har fra barn og unges perspektiver. Det trengs derfor mer forskning på hvordan dette kan gjøres i praksis og i hvilken grad ulike opplæringstiltak har effekt på foreldres sharenting-praksiser.

Videre så vi i denne studien at sharenting-praksisene varierte mellom foresatte. Noen delte mye, mens andre delte lite. I denne studien har vi hatt et kvalitativt fokus for å øke forståelsen på forholdet mellom foresatte og unge. Men det er også behov for mer kvantitative data for å undersøke foresattes delingspraksiser. Hvem deltar i sharenting i Norge, og hva er motivasjoner til sharenting? I litteraturen fant vi en del forskning på foresattes delingspraksiser på Facebook og Instagram. Likevel var mye av denne forskningen gjort i USA, og det har vært få studier på sharenting i en europeisk kontekst (Lipu and Siibak, 2019). Det er derfor mer behov for forskning på foresattes sharenting-praksiser i en norsk kontekst.

Det har også vært lite forskning på foresattes delingspraksiser på Snapchat. Dette er problematisk da vi i denne studien finner at foresatte gjerne deler mer hverdagsøyeblikk og situasjonsbilder på Snapchat sammenlignet med andre sosiale medier. En forelder sa også at det var lettere å sende innhold uten samtykke på Snapchat da det forsvinner etter en viss tid uansett.

Det er i tillegg behov for forskning med et mer langtidsperspektiv på sharenting-praksiser. Vi så at holdninger til hva barn og unge syns er greit å dele i sosiale medier endrer seg over tid. For å øke foreldres bevissthet rundt sharenting er det derfor viktig å sette søkelys på hvilket

innhold som er greit å dele av barna, også over et lengre tidsaspekt. Et langtidsperspektiv på sharenting-praksiser vil også øke forståelse av hvordan dagsordenen og trender påvirker foresattes delingspraksiser. Endrer diskursen over hva som er greit å dele av barn og unge i sosiale medier seg over tid?

Til slutt finnes det lite forskning på influenseres sharenting-praksiser i en norsk kontekst. Det er derfor behov for forskning på influenseres sharenting-praksiser og deres barns perspektiver på disse praksisene. Hvordan blir influenserbarn involvert i de foresattes delingspraksiser? Og hva er influenserens motivasjoner for å dele om barna sine? Deltakerne i denne studien fremmet at influensere har en kommersiell interesse og at dette må settes søkelys på når de deler innhold om barna sine. Det er behov for å undersøke om influenseres deling av barna sine i sosiale medier generer inntekter, og i hvilken grad reguleringer av kommersielt innhold kan være i barnas interesser.

Litteratur

- Abidin, C. (2015). Micro-microcelebrity: Branding Babies on the Internet. *M/C Journal*, 18(5).
Doi: <https://doi.org/10.5204/mcj.1022>
- Abidin, C. (2017). #familygoals: Family influencers, calibrated amateurism, and justifying young digital labor. *Social Media + Society* 3(2): 707191.
- Almeland, G., Raja, A., & Wetrhus, I. (2022-23). Representantforslag om å styrke barns personvern på digitale flater. *Dokument 8:81S*. Hentet fra:
<https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Representantforslag/2022-2023/dok8-202223-081s/>.
- Ammari, T., & Schoenebeck, S. (2015). Understanding and Supporting Fathers and Fatherhood on Social Media Sites. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1905–1914. Doi:
<https://doi.org/10.1145/2702123.2702205>
- Autenrieth, U. (2018). Family photography in a networked age. Anti-sharenting as a reaction to risk assessment and behaviour adaption (pp. 219-231). In: Giovanna Mascheroni, Cristina Ponte & Ana Jorge (Eds.) *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age*. Göteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth & Media, Nordicom.
- Berridge, S. (2019). Mum's the word: Public testimonials and gendered experiences of negotiating caring responsibilities with work in the film and television industries. *European Journal of Cultural Studies* 22(5–6): 646–664.
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Bhroin, N. N., Dinh, T., Thiel, K., Lampert, C., Staksrud, E. & Olafsson, K. (2022). The Privacy Paradox by Proxy: Considering Predictors of Sharenting. *Media and communication (Lisboa)*, 10(1S2), 371-383. Doi:
<https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4858>.
- boyd, D. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven, Conn: Yale University Press.
- Braun, V., Clarke, V., & Braun, V. (2022). *Thematic analysis : a practical guide*. SAGE.
- Brinthead, T. M., & Lipka, R. P. (2002). *Understanding early adolescent self and identity: An introduction*. Albany: State University of New York Press.
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the Internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook.

- Campana, M., Van den Bossche, A., & Miller, B. (2020). Dadtribe: Performing Sharenting Labour to Commercialise Involved Fatherhood. *Journal of macromarketing*, 40(4), 475-491. <https://doi.org/10.1177/0276146720933334>
- Cino, D. (2021). The "5 Ws and 1 H" of Sharenting: Findings from a Systematized Review. *Italian Sociological Review*, 11 (3), 853-878.
- Cino, D. (2022). Beyond the Surface: Sharenting as a Source of Family Quandaries: Mapping Parents' Social Media Dilemmas. *Western Journal of Communication*, 86(1), 128–153. Doi: <https://doi.org/10.1080/10570314.2021.2020891>
- Cino, D., Demozzi, S. & Subrahmanyam, K. (2020). "Why post more pictures if no one is looking at them?" Parents' perception of the Facebook Like in sharenting. *The Communication Review*, 23(2), 122-144. Doi: <https://doi.org/10.1080/10714421.2020.1797434>
- Damkjaer, M. S. (2018). Sharenting= good parenting?: Four parental approaches to sharenting on Facebook. *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age, Yearbook 2018*, 209–218.
- Datatilsynet (2020). Bilder av barn. Hentet fra: <https://www.datatilsynet.no/personvern-pa-ulike-omrader/skole-barn-unge/bilder-av-barn-pa-nett/>.
- Davidson-Wall, N. (2018). "Mum, seriously!" Sharenting the new social trend with no optout. *Paper presented at the 9th Debating Communities and Social Networks 2018 OUA Conference. Online conference.*
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence*, 35(6), 1527-1536.
- Davis, M., Clark, S. J., Singer, D. C., Hale, K., Matos-Moreno, A., & Kauffman, A. D. (2015). *Parents on social media: Likes and dislikes of sharenting*. 23(2), C.S. Mott Children's Hospital National Poll on Children's Health.
- Demozzi, S., Gigli, A., Cino, D. (2020). I media digitali come strumenti per "esercitare e performare" la genitorialità (parte 2): analisi e discussione dei risultati. *Rivista Italiana Di Educazione Familiare*, 15(2), 93-111.
- Donovan, S. (2020). 'Sharenting': The forgotten children of the GDPR, *Peace Human Rights Governance*, 4(1), 35-59.
- Dubestemmer.no (n.D.). DuBestemmer.no Veiledning for foreldre og ansatte - bilder av barn. Hentet fra: <https://www.dubestemmer.no/yngre-barn/bilder-av-barn/>
- Duffy, B. E. (2016). The romance of work: Gender and aspirational labour in the digital culture industries. *International Journal of Cultural Studies* 9: 441–457.
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C., & Ellison, N. B. (2015, July 16). Parents and Social Media. *Pew Research Center: Internet, Science & Tech*. Hentet fra: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/07/16/parents-and-social-media/>

- Elvestad, E., Staksrud, E. & Ólafsson, K. (2021). Digitalt foreldreskap i Norge. Institutt for medier og kommunikasjon, UiO/Universitetet i Sørøst-Norge.
- Esfandiari, M. & Yao, J. (2022). Sharenting as a double-edged sword: evidence from Iran, *Information, communication & Society*, 1-19.
- Europarådet. (1981). Konvensjon om personvern i forbindelse med elektronisk databehandling av personopplysninger ETS nr 108, (1981). Hentet fra: Konvensjon om personvern i forbindelse med elektronisk databehandling av personopplysninger ETS nr 108 - Lovdata.
- Ferrara, P., Cammisa, I., Corsello, G., Giardino, I., Vural, M., Pop, T. L., Pettoello-Mantovani, C., Indrio, F. & Pettoello-Mantovani, M., (2023). Online "sharenting": The dangers of posting sensitive information about children on social media, *The Journal of Pediatrics* (2023).
- FN barnekomisjon (2021). General Comment No. 25 (2021) on Children's Rights in Relation to the Digital Environment. Hentet fra: <https://childrens-rights.digital/hintergrund/index.cfm/topic.389/key.1661>.
- Fox, B. (2019). Loneliness and social media: A qualitative investigation of young people's motivations for use, and perceptions of social networking sites. In *Emotions and Loneliness in a Networked Society*, 309-331. Palgrave Macmillan. Doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-24882-6_16
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Goria, S. (2017). *Methods and tools for creative competitive intelligence* (1st ed. ed.). London: London: Wiley-ISTE.
- Hagerman, M. A. (2010). "I like being intervieweeeeeewed!": Kids' perspectives on participating in social research. *Children and Youth Speak for Themselves*, 13, 61-105. Doi: [https://doi.org/10.1108/S1537-4661\(2010\)0000013007](https://doi.org/10.1108/S1537-4661(2010)0000013007)
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual studies*, 17(1), 13-26.
- Hern, A. (2018). FamilyOFive: YouTube bans 'pranksters' after child abuse conviction. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2018/jul/19/youtube-bans-familyofive-pranksters-michael-heather-martin-child-abuse-conviction>.
- Holiday, S., Norman, M. S., & Densley, R. L. (2022). Sharenting and the extended self: Self-representation in parents' Instagram presentations of their children. *Popular Communication*, 20(1), 1–15. Doi: <https://doi.org/10.1080/15405702.2020.1744610>
- Jackson, K., & Bazeley, P. (2019). *Qualitative data analysis with NVivo* (3rd edition. ed.). Sage.

- Jaworska, S. (2018). 'Bad' mums tell the 'untellable': Narrative practices and agency in online stories about postnatal depression on Mumsnet. *Discourse, context & media*, 25, 25-33. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.11.002>
- Jorge, A., Marôpo, L., Coelho, A. M., & Novello, L. (2022). Mummy influencers and professional sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, 25(1), 166–182. Doi: <https://doi.org/10.1177/13675494211004593>.
- Justis- og politidepartementet (1981). Lov om barn og foreldre (barnelova). Hentet fra: [Lov om barn og foreldre \(barnelova\) - Lovdata](#).
- Kopecky, K., Szotkowski, R., Aznar-Díaz, I., & Romero-Rodríguez, J.-M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110, 104812. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104812>
- Kumar, P., & Schoenebeck, S. (2015). The Modern Day Baby Book: Enacting Good Mothering and Stewarding Privacy on Facebook. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1302–1312. Doi: <https://doi.org/10.1145/2675133.2675149>
- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A., & Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, affect and the day-to-day politics of digital mothering. *Social and personality psychology compass*, 13(4). Doi: <https://doi.org/10.1111/spc3.12443>
- Le Moignan, E., Lawson, S., Rowland, D. A., Mahoney, J., & Briggs, P. (2017). Has Instagram Fundamentally Altered the “Family Snapshot”? *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 4935–4947. Doi: <https://doi.org/10.1145/3025453.3025928>
- Leaver, T. (2022). Chapter 22: Balancing privacy. Sharenting, intimate surveillance, and the right to be forgotten, in Green, L., Holloway, D., Stevenson, K., Leaver, T. & Haddon, L. (Eds.), *The Routledge Companion to Digital Media and Children*, 235-244. Routledge.
- Lipu, M. and Siibak, A. (2019). “Take it down!”: Estonian parents’ and preteens’ opinions and experiences with sharenting’, *Media International Australia*, 170(1), 1–11. Doi: <https://doi.org/10.1177/1329878X1982836>.
- Livingstone, S. M., & Blum-Ross, A. (2020). Parenting for a digital future : how hopes and fears about technology shape children's lives.
- Livingstone, S., Blum-Ross, A., Zhang, D. (2018). *What do parents think, and do, about their children's online privacy? Parenting for a Digital Future: Survey Report 3*. London, UK. Report of the LSE Department of Media and Communications. Retrievable at: <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/preparing-for-a-digital-future>.

- Livingstone, S., Ólafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A., & Folkvord, F. (2017). Maximizing Opportunities and Minimizing Risks for Children Online: The Role of Digital Skills in Emerging Strategies of Parental Mediation. *Journal of Communication*, 67(1), 82–105. Doi: <https://doi.org/10.1111/jcom.12277>
- Lou, C. & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73. Doi: <https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Marasli, M., Sühendan, E., Yilmazturk, N. H. & Cok, F. (2016). Parents' shares on social networking sites about their children: Sharenting. *Anthropologist (New Delhi, India : 1999)*, 24(2), 399-406. Doi: <https://doi.org/10.1080/09720073.2016.11892031>
- Mascheroni, G., Ponte, C., & Jorge, A. (2018). Digital parenting: the challenges for families in the digital age (Vol. 2018).
- Medietilsynet (n.d.). *Deepfakes – et undervisningsopplegg*. Medietilsynet. Hentet fra: <https://www.medietilsynet.no/digitale-medier/skole/deepfakes/>
- Medietilsynet (2020). Barn og medier 2020. En kartlegging av 9–18-åringers digitale medievaner. Medietilsynet. Hentet fra: <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf>.
- Medietilsynet (2021). *Kritisk medieforståelse. Dette er kritisk medieforståelse*. Medietilsynet. Hentet fra: <https://www.medietilsynet.no/digitale-medier/kritisk-medieforstaelse/dette-er-kritisk-medieforstaelse/>.
- Moser, C., Chen, T. & Schoenebeck, S. Y. (2017). Parent's and Children's Preferences about Parents Sharing about Children on Social Media. Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Denver, Colorado, USA. Doi: <https://doi.org/10.1145/3025453.3025587>
- Mæhle, A. F. (2020). Barnets rett til personvern- en skranke for foreldrenes ytringsfrihet? Hentet fra: <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/79062/613.pdf?sequence=1>.
- Nottingham, E. (2019). 'Dad! Cut that Part Out!' Children's Rights to Privacy in the Age of 'Generation Tagged': Sharenting, Digital Kidnapping and the Child Micro-Celebrity', in J. Murray, B. B. Swadener, K. Smith (red) *The Routledge International Handbook of Young Children's Rights*. Accessed from: <https://papers.ssrn.com/abstract=3602712>
- NOU (2022). Ditt personvern – vårt felles ansvar — Tid for en personvernpolitikk. 2022:11. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2022-11/id2928543/>.
- O'Reilly, M., & Dogra, N. (2017). Interviewing Children and Young People for Research. In. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526419439>.

- Otero, P. (2017). Sharenting... should children's lives be disclosed on social media. *Arch Argent Pediatr*, 115(5), 412-413.
- Ouvrein, G. & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.02.011>
- Plunkett, L. A. (2019). *Sharenthood: Why we should think before we talk about our kids online*. MIT Press, Massachusetts, United States.
- Plunkett, L. A. (2020). To Stop Sharenting & Other Children's Privacy Harms, Start Playing: A Blueprint for a New Protecting the Private Lives of Adolescents and Youth (PPLAY) Act. *Seton Hall Legis. J.*, 44, 457.
- Ranzini, G., Newlands, G., & Lutz, C. (2020). Sharenting, Peer Influence, and Privacy Concerns: A Study on the Instagram-Sharing Behaviors of Parents in the United Kingdom. *Social Media + Society*, 6(4), 2056305120978376. Doi: <https://doi.org/10.1177/2056305120978376>
- Rolland, L. M. (2020). "Sharenting" - en trussel mot barn sitt personvern? NTNU.
- Romero-Rodríguez, J.-M., Kopecký, K., García-González, A. & Gómez-García, G. (2022). Sharing images or videos of minors online: Validation of the Sharenting Evaluation Scale (SES). *Children and Youth Services Review*, 136, 106396. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2022.106396>.
- Sadowski, J. (2019). When data is capital: Datafication, accumulation, and extraction. *Big data & society*, 6(1), 205395171882054. Doi:10.1177/2053951718820549
- Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fängström, K. & Warner, G. (2020). Children want parents to ask for permission before 'sharenting'. *J Paediatr Child Health*, 56(6), 981-983. Doi: <https://doi.org/10.1111/jpc.14945>
- Saxvik, J. (2020). 6 råd til foreldre om deling av barnebilder. UNICEF. Hentet fra: <https://www.unicef.no/nyheter/barns-rettigheter/6-tips-til-foreldre-om-deling-av-barnebilder>.
- Siibak, A. & Traks, K. (2019). The dark sides of sharenting, *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 11(1).
- Slette-meås, D., Teigen, H. F. & Mainsah, H. (2022). Årvåken og overvåket? Norske forbrukeres forhold til digitale data, sporing, personalisering og målretting i overvåkningsøkonomien. *SIFO-Rapport 10-2022*. Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – storbyuniversitetet.
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Olafsson, K., Livingstone, S. & Hasebrink, U. (2020). EU Kids Online 2020. Survey results from 19 countries. EU Kids Online.

- Solheim, H. C. (2022, 28 juni). Jeg ble frastjålet min digitale identitet. Dette er historien om hva som skjedde etterpå. *Aftenposten, kronikk*. Hentet fra: <https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/PoVM1e/jeg-ble-frastjaalet-min-digitale-identitet-dette-er-historien-om-hva-som-skjedde-etterpaa>.
- Steinberg, S. B. (2017). Sharenting: children's privacy in the age of social media. *Emory law journal*, 66(4), 839-884.
- Steinnes, K. K. & Teigen, H. F. (2021a). Livsstil til salgs: om influencermarkedsføring på sosiale medier og hvordan ungdom påvirkes, *Nordisk Tidsskrift for Ungdomsforskning*, 2(1), 4-22. Doi: <https://doi.org/10.18261/issn.2535-8162-2021-01-01>
- Steinnes, K. K. & Teigen, H. F. (2021b). Sårbare bilder på sosiale medier: En studie om billedelingskultur, kommersielle påvirkninger og kritisk medieforståelse blant ungdom. *SIFO-Rapport 17-2021*. Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – storbyuniversitetet.
- Steinnes, K. K., Teigen, H. F. & Bugge, A. B. (2019). Photoshop, fillers og falske glansbilder? En studie blant ungdom om kjønn, kropp og markedsføring i sosiale medier. *SIFO-Rapport 3-2019*. Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – storbyuniversitetet.
- Suleiman, M. (2022). Is Kidfluencing child labor? How the youngest influencers remain legally unprotected. *Columbia Undergraduate Law Review*. Hentet fra: <https://www.culawreview.org/journal/is-kidfluencing-child-labor-how-the-youngest-influencers-remain-legally-unprotected>.
- Teigen, H. F. & Steinnes, K. K. (2021). «-Det er lett å se hvilke kjønn reklamen er ment for. Det er ikke noe mellomting»: En studie av ungdoms fortolkning av kjønn i reklame på sosiale medier. *Tidsskrift for kjønnsforskning*, 45(2-3), 105-119.
- Ulvund, S. E. (2023). Barneoppdragelse. *Store norske leksikon*. Hentet fra: <https://snl.no/barneoppdragelse>.
- Unicef (2020). 6 råd om deling av bilder av barn. Hentet fra: <https://www.unicef.no/norge/oppvekst/eksponering-av-barn-i-sosiale-medier/rad-til-foreldre>.
- van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, 12(2), 197-208. Doi: <https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776>
- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*, 104, 104401. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.104401>
- Willson, M. (2018). 'Raising the ideal child? Algorithms, quantification, and prediction', *Media, Culture & Society*, 40(6), 1–17. Doi: <https://doi.org/10.1177/016344371879890>
- Yardley-Matwiejczuk, K. M. (1997). *Role Play: Theory and Practice*: Sage Publications (CA).

Vedlegg

Vedlegg 1: Semistrukturert intervjuguide til fokusgruppene med barn og unge

Tema	Spørsmål
Innledning 10 min 18:00-18:10	<p>Velkommen til gruppesamtalen. Takk for at dere er med. I dag skal vi snakke om foresatte som deler om barna sine på sosiale medier. Vi er interessert i deres perspektiver og hva dere synes. Det finnes ikke noen feil eller rette svar og vi har lyst til å lære av dere. Dere kommer til å være anonyme. Det betyr at ingen kan finne ut av at dere har vært med på dette og det er trygt å si det dere mener.</p> <p>Ber barna si ifra at foresatte burde forlate rommet for å beskytte de andre barna.</p> <p>Det er frivillig å delta og dersom dere skulle angre på at dere har vært med eller det er noe dere lurer på kan dere bare ta kontakt med meg (jeg skriver kontakt dataene mine i chatten)</p> <p>For å slippe at vi skal skrive ned alt dere sier vil vi gjerne ta opp lyden, det er bare oss som skal skrive det ned etterpå og det er ingen andre som kommer til å se eller høre på dette.</p> <p>Har dere noen spørsmål før vi starter?</p> <p>Ta opp lyd</p> <p>Forestillingsrunde (alle sier fornavnet sitt) Alle barn sier navn og hvilke sosiale medier de bruker (YouTube, Snap, TikTok..) og om foresatte deler og hvor/med hvem (åpne/lukkede grupper)?</p>
Praksiser 20-25 min 18:10-18.35	<p><u>Aktivitet på sosiale medier:</u></p> <p>Hva bruker dere sosiale medier til?</p> <p>(Hvilke plattformer bruker dere?)</p> <p>Er deres foresatte aktive på sosiale medier? Hva gjør de der? (Legger de ut bilder og video eller andre ting?)</p> <p>Hva er forskjellen på hva de legger ut og hva dere legger ut?</p> <p><u>Deling av barn:</u></p> <p>(Runde «rundt bordet») Deler de eller andre i slekta deres innhold om dere? Bilder av dere for eksempel?</p> <p>Eller har noen av deres venner foresatte som deler bilder og sånn med dem på sosiale medier?</p>

	<p>Flere her har foresatte som deler innhold om dem på sosiale medier – i lukkede grupper eller i feed. Hvem andre deler bilder eller videoer om dere? (venner?)</p> <p>I hvilke sammenhenger eller situasjoner er det mest vanlig at foresatte deler om barna sine? (På ferie, bursdager osv?)</p> <p>Hvilke typer innhold er det?</p> <p>Eksempler: Hva var det siste som ble lagt ut av deg/vennene dine? Fortell.</p> <p>Hva kan være fint at noen legger ut om barna sine?</p> <p>Hva kan være flaut/kjipt at noen legger ut om dem?</p> <p><u>Samtykke:</u></p> <p>Blir dere spurt om det er greit at de deler?</p> <p>Er det nødvendig med samtykke til deling selv om de bare deler med nærmeste familie?</p> <p>Hvordan spør de?</p> <p>Hva pleier dere å svare?</p> <p>Tør dere å være ærlige med foresatte hvis dere ikke vil at noe skal legges ut?</p> <p>Hva svarer de foresatte hvis dere sier nei?</p> <p>Hvordan kan dere påvirke hva som blir delt?</p> <p>(Skulle dere eller deres venner ønske dere hadde mer innflytelse/medbestemmelse?)</p> <p>Hvordan snakker dere med foresatte om det å dele innholdet om dere på nett? Fortell.</p> <p>Har det forandret seg over tid?</p> <p>Tørr dere å snakke om det? Hvordan synes dere kan man ta opp disse ting?</p> <p>Hvor gamle burde barn være når foreldre begynner å spørre før de legger ut innhold om dem? Synes dere at det er en forskjell om voksne deler innhold om babyer eller tenåringer?</p> <p>Søker dere opp om det finnes innhold som blir delt om dere på nett?</p>
--	--

	<p><u>Barna om foresattes delingspraksiser</u></p> <p>Er det noe dere tenker er greit at deres foresatte deler om dere på nett? Hva da?</p> <p>Med hvem synes dere er det greit at deres foresatte deler bilder/ informasjon/ videoer av dere?</p> <p>Har dere noen gang bedt deres foresatte å dele innhold om dere? Har dere noen venner som har bedt foresatte om å dele innhold om seg?</p> <p>Er det noe som ikke er greit å dele på sosiale medier? Hva da?</p> <p>Kjenner dere foresatte som deler for mye (overshare)? Fortell.</p> <p>Er det noe positivt/noen fordeler med at voksne deler innhold av barn på nett?</p> <p>Har dere eksempler på positive/negative erfaringer med at deres foresatte har delt noe om dere/eller noen dere kjenner på sosiale medier? Fortell.</p> <p>Har dere noen bekymringer rundt innhold som blir delt om dere/noen dere kjenner? Hvilke da?</p> <p>Har deres foresatte delt om dere andre steder som for eksempel i avisen? Er det viktig for dere hvordan dere ser ut på bilder/videoer?</p> <p><u>Barnas egen aktivitet på sosiale medier</u></p> <p>Hva deler dere på sosiale medier om dere selv? Hva, på hvilke plattformer og med hvem deler dere?</p> <p>Har dere noen regler hjemmefra å forholde seg til?</p> <p>Får dere lov av deres foresatte til å dele bilder av dere selv på sosiale medier?</p> <p>Deler dere/vennene deres om foreldrene deres? Hva da? Fortell.</p>
<p>Motivasjon 10 min</p> <p>18.35-18.45</p>	<p>Synes dere at det er forskjell på hvor mange personer er på bildet/video når det blir delt og dere er på det bildet?</p> <p>Hvorfor deler barn og unge ting på sosiale medier? Tror dere voksne deler om barna sine av de samme grunner? Hvorfor tror dere at foresatte deler om barna sine?</p> <p>Når dere blir spurt, pleier deres foresatte da å spørre med hvem de skal dele?</p>

	<p>Er det vanlig at voksne deler innhold om barna sine? Hvorfor deler voksne om barna sine? Hva synes dere om det? Med hvem er det vanlig/uvanlig å dele?</p> <p>Hvorfor tror dere at noen velger å ikke dele om barna sine? Hva synes dere om det?</p> <p>Kan voksne har dårlige grunner til å dele om barna sine? Har dere noen eksempler på det?</p> <p>Er det forskjell mellom det voksne synes er fint for eksempler bilder/videoer og det dere synes er fint?</p> <p>Utgjør alderen på barnet en forskjell om det er greit/ikke greit at voksne deler?</p>
<p>Influenser som eksponerer sine barn</p> <p>18.45-19.00</p> <p><i>Vis bilder av influenser som deler innhold om sine barn. 10-15 min</i></p>	<p>Nå skal vi vise dere noen bilder som influensere har lagt ut av eller med barna sine. Det er jo forskjellige måter å dele bilder av barn på – noen legger ut med ansikt mens andre prøver å ikke vise ansikt for eksempel.</p> <p>Slide1: Her er det to bilder fra en populær norsk influenser med barn. Hvilke tanker har dere når dere ser på bildene?</p> <p>Er det forskjell på situasjoner man deler på sosiale medier? Er det forskjell på influenser som har veldig mange følgere eller ikke? Er det forskjell på om bildet virker «stylet» eller ikke? Har det noe å si om man vet navnet til barnet eller annen informasjon? Tror dere at barna har valgt om de får være med?</p> <p>Slide 2: Hva med dette? Her er ansiktene til barna sladret. Hva er deres tanker rundt det? Hvordan ville det vært hvis deres foresatte la ut bilder av familien med deres ansikter blurret sånn? (Hvis de vil legge ut et familiebilde som dere ikke liker – er det greit hvis ansiktet blurres?) Er det annerledes hvis man har mange følgere?</p> <p>Slide 3: Her er også et bilde fra en norsk influenser som hun har lagt ut av datteren sin. Hva er tankene deres her? Er dette noe deres foresatte eller noen dere kjenner kunne lagt ut? Tror dere at barnet ville at bildet ble tatt? Hva synes dere om å vise frem barnerommet? Hva synes dere om å ha bilder som er planlagt? Hvem kan man dele et slikt bilde med? Hvordan hadde det vært hvis noen hadde delt et slik bilde om dere?</p> <p>Slide 4: Her er det tre barn som reklamerer for morens bedrift – hun selger strikkeoppskrifter og garn. Hva tenker dere om at barna er brukt i reklame for morens bedrift? Burde inntekten da gå til barna? Kan det være positivt å være modell for foresattes bedrift? Er det ulemper ved det?</p>

	<p>Er det greit hvis man ikke deler noe annen informasjon enn et bilde i reklame – at man ikke vet navn, alder og bosted osv. til barnet</p> <p>Slide 5: Her er to bilder av barn som er med i reklame for andre ting på foreldrenes instragramkonto – det ene er klær fra FILA, det andre er ryggsekker. Synes dere at barna burde få bestemme hva de reklamerer for? Har alder på barn noe å si for foresatte som deler om dem på sosiale medier?</p> <p>Slide 6:</p> <p><u>Generelt:</u> Alle bildene dere har sett har jo vært fra influensere/content creators. Noe er reklame, noe er ikke. Hva synes dere om influenser som deler bilder/videoer eller annen informasjon av sine barn? Hva synes dere om influenser som bruker barna sine i reklame? Hva tenker dere om barn som brukes i tradisjonell reklame (barnemodeller) for eksempel for kleskjeder som HM eller Cubus? Hvordan tror dere er det å ha influenser som foresatte? Ser dere på noen content creators som deler om barna</p> <p>Hva synes dere om barn som selv er influensere (kidfluencers)? Er det noe dere kunne tenkt dere?</p>
<p>Digital kompetanse</p> <p>10 min</p> <p>19.00-19:10</p>	<p>Vet dere hvordan man kan forandre på hvem som kan se innhold på sosiale medier plattformer? (Hvis ingen svarer, kan bruke et konkret eksempel som Snapchat). Hvordan gjør man det? Vet deres foresatte det?</p> <p>Hvordan sletter man innhold? Vet deres foresatte det? Hvordan lagres innhold på sosiale medieplattformer? Vet deres foresatte det?</p> <p>Vet dere om man kan henvende seg til noen dersom bilder eller videoer har kommet på avveie? Har dere hørt om slettmeg.no? Dersom ja: har dere brukt nettsiden? Dersom ja: hvordan? Tror dere at deres foresatte vet om det?</p> <p>Vet dere hva som er lov/ikke lov dersom noen skulle dele bilder av dere i sosiale medier? Lærer dere om dette på skolen? Hvilke rettigheter har dere som barn og unge? Synes dere at dere kan nok om dette? Hvorfor/ikke? Synes dere at dere burde lære mer om det? Hvordan? Synes dere voksne burde kunne mer om det? Dersom ja: Hvordan burde de lære det?</p>
<p>Risiko</p> <p>10 min</p> <p>19.10-19.20</p>	<p>Er det trygt å dele innhold på sosiale medier? Hvorfor/hvorfor ikke? Har noen gjenkjent dere fra innhold deres foresatte har delt? Hvilke negative konsekvenser kan det ha for dere at foresatte deler innhold om dere? Har dere eller noen dere kjenner opplevd at noen brukte innhold som ble delt av dere til å expose/erte/tulle med dere?</p>

	<p>Har dere eller venner av dere opplevd at bilder ble delt videre på internett? Eller noe annet de synes var ubehagelig? Har dere opplevd at bilder kom på avveie? Dersom ja: fortell.</p> <p>Stoler dere på at deres foresatte vet hva de kan dele om dere og med hvem?</p> <p>Hva synes dere om at voksne får dele om barna på sosiale medier før barna selv får bruke dem?</p>
<p>Anbefalinger/ kjøreregler Regulering 5-10 min 19.15-19.25</p>	<p><u>Anbefalinger/Regler til foresatte generelt</u> Har dere noen tips til voksne når det gjelder deling av innhold om barna sine på sosiale medier? Synes dere at voksne burde få kjøreregler eller regler? Av hvem og hvilke?</p> <p>Har dere forslag til regler av deling av innhold av barn? Dersom ja: hvilke? Finnes det noen utfordringer ved å ha regler rundt deling av innhold? Hvem kan passe på at voksne ta hensyn til dem?</p> <p>Er det noen ting dere synes angående voksnes deling av innhold om barna sine som de ikke burde ha regler for? Hvilke da? Hvorfor?</p> <p>Hvordan ønsker dere at voksne skal gå frem når de skal dele innhold om dere?</p> <p><u>Influenser og regler for influenser</u> Burde man ha regler for deling av bilder blant influenser som deler om barna sine? Hvorfor/ikke burde man ha regler/lover? Hvem burde lage regler for influenser som deler om barna sine? Har dere forslag til regler for influenser som deler bilder av barna sine? Dersom ja: hvilke?</p>
<p>Avslutning 5 min 19.25-19.30</p>	<p>Har dere spørsmål? Er det noe dere ønsker å kommentere/si? Har vi glemt å spørre dere om noe?</p> <p>Hvordan var det for dere å være med i dag?</p> <p>Tusen takk for at dere var med. Tar kontakt med meg dersom dere har spørsmål eller det skulle være noe annet (vite hvilken informasjon vi har om dere – personopplysninger, trekker dere fra prosjektet).</p> <p>Dere få gavekort av Norstat innen cirka 2 uker.</p>

Vedlegg 2: Semistrukturert intervjuguide til fokusgruppen med foresatte

Tema + Tid	Spørsmål
<p>Innledning 5 min 18.00-18.05</p>	<p>Velkommen til dagens gruppesamtale. I dag skal vi snakke om deling av innhold om barn på sosiale medier. Vi vet fra flere studier at det er vanlig både i Norge og internasjonalt at foresatte deler om barna sine på sosiale medier og vi er derfor interessert i tematikken. Vi er ikke ute etter noe fasit derfor vi vil vite om deres opplevelser, refleksjoner og perspektiv. Det finnes ikke noen feil eller rette svar og vi har lyst til å lære av dere.</p> <p>I dag har vi samlet alle dere som har barn og deler om den og vi ønsker å få mer kunnskap om foresattes digitale hverdag basert på vår samtale i dag.</p> <p>Dere kommer til å være anonyme. Det betyr at ingen kan finne ut av at dere har vært med på dette og det er trygt å si det dere mener.</p> <p>Det er frivillig å delta og dersom dere skulle angre på at dere har vært med eller det er noe dere lurer på kan dere bare ta kontakt med meg (jeg skriver kontakt dataene mine i chatten)</p> <p>For å slippe at vi skal skrive ned alt dere sier vil vi gjerne ta opp lyden, det er bare oss som skal skrive det ned etterpå og det er ingen andre som kommer til å se eller høre på dette. Har dere noen spørsmål før vi starter?</p> <p>Ta opp lyd</p> <p>Forestilling forskere</p> <ul style="list-style-type: none"> - Navnerunde (navn, hvilke sosiale medier dere bruker og hvor de deler på sosiale medier om barna sine)
<p>Praksiser 18.05-15/20 18.20-18.35 15-20 min</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hvordan bruker dere sosiale medier sånn generelt? Er det noen sosiale medier dere stoler mer på? • Deler dere mer på noen plattformer enn andre? For eksempel er det forskjell mellom Snapchat, Instagram, Facebook, Tik Tok i hva dere deler? • Er dere aktive på sosiale medier? Deler dere om dere selv? Deler dere mye på sosiale medier? • Hva slags innhold deler om barna deres? • Hvordan ser bildene ut som dere liker å dele? Er det noen bilder dere aldri deler? • Hvor ofte deler dere bilder? Tar dere bilder/videoer av deres barn? Legger dere ut annen type informasjon (adresse, hvilken skole/barnehage de går på)? Hvor deler dere hva? Viser dere ansiktet på bilder/videoer (ansikt, emojis, bakhodet, fra avstand, hender/føtter)? • I hvilke sammenhenger eller til hvilke anledninger deler dere bilder/videoer? Hvordan tar dere bilder/videoer? Hvor lagrer dere bildene/videoer? Til hvilke anledninger tar dere bilder (høytider, bursdager, ultralyd og hverdag ...)?

	<ul style="list-style-type: none"> • Er det forskjell på antall personer som er i bildet eller i videoen? • Er det andre som deler om barna (venner, slekt)? • Hvem deler dere bilder eller videoer med? Er det forskjell hva dere deler med hvem? For hvem er bildene/videoene tilgjengelige (offentlighet, følger/venner, grupper, ingen)? Hvem har dere kontakt med på sosiale medier (venner, familie, «hvem som helst»)? Hvem deler dere med? • Har dere ulike grupper av personer dere deler med (for eksempel private Insta-stories, private meldinger...)? Deler dere ulike bilder med ulike personer? • Hvordan involveres barna deres i prosessen av å legge ut bilder/videoer på sosiale medier? • Får barna bli med å velge ut bildene som skal deles? Dersom ja: Hvordan snakker dere med barnet om det? Har dere eksempler på positive/negative erfaringer med det? Fortell. • Pleier dere å spørre barnet om lov når dere tar bilder/videoer? • Når synes dere at man burde spørre barn om man får dele om dem? • Vet barnet på bildet hvor det legges ut og hvem som eventuelt kan se det? Hvordan spør dere om det – kan dere fortelle? Hva pleier barnet å svare? • Har dere opplevd at det finnes forskjeller mellom det dere synes er greit og det barna synes er greit å dele? • Er det forskjell i hva dere deler basert på alderen til barna? Er det noe det er greit å dele av yngre barn som det ikke er greit å dele av eldre barn eller omvendt? Hvor går grensa i alder? • Hva er positivt ved å dele innhold av barn (sosialt og positiv til å holde kontakt, skape et godt nettverk for barnet, skape minner, skryte av barnet)? • Har dere noen tanker om hva dere synes er greit å dele om barnet? • Hva er fordelene (for foreldre, barn, økonomi, utdanning og samfunnet)? • Har dere en tradisjon om å dele innhold til spesielle anledninger (for eksempel bursdag, første dag i barnehage, høytider...)? • Har barnet deres noen gang bedt dere om å dele om dem? Hvis ja: hva da – fortell. • Har dere noen gang slettet innhold dere har delt om barnet? Dersom ja: hvorfor? Har barnet deres noen gang bedt dere om å slette innhold? • Har pandemien påvirket hvor mye dere deler? • Hva synes dere ikke er greit å dele om barnet?
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Bruker barna deres sosiale medier selv? Har dere noen regler hva barnet får dele om seg selv? Dersom ja: hva? Følger dere det opp? Dersom ja: hvordan? • Har dere noen gang lagd ut andre steder (aviser)
Motivasjon 18.35-18.45 10 minutter	<ul style="list-style-type: none"> • Er det vanlig å dele om barnet sitt i deres sosiale kretser? Hvorfor deler man/deler man ikke om barnet sitt? Med hvem er det vanlig å dele? • Hvorfor/når bestemte dere å dele? Var det bevisst/ubevisst, planlagt/impulsivt? Er det noe dere snakker om med andre? Hva snakker dere da om og med hvem? • Føler dere at det er forventninger om å dele bilder? Med hvem føler dere at man burde dele bilder? Er det familie, venner, kollegaer, bekjente ...? Føler dere press på å dele bilder? Hvor deler dere bilder da? • Hva gjør at dere deler om barna deres? Hvorfor deler dere om barna? • Er det viktig for dere å få tilbakemelding i form av likes/kommentarer /views på sosiale medier? Har dere sett på hvor mange ganger innhold deres blir lagret/delt videre? Er det noe dere følger med på det? • Merker dere forskjell mellom innhold dere legger ut med barna deres eller uten dem? • Har dere noen gang delt for å normalisere hverdagen (dårlige og gode sider, sykdom, utfordringer ved å være foreldre)? • Har dere noen betalte samarbeid? • Reklamerer dere gratis for produkter/tjenester dere liker? Hvorfor/ikke? Tagger dere produkter/steder?
Digital kompetanse 18.45-18.55 10 min	<ul style="list-style-type: none"> • Vet dere hvordan man forandrer på hvem som kan se innhold på sosiale medier plattformer? Hvordan gjør man det? • Har dere forandret på innstillinger? Pleier dere å godta personverninnstillinger? • Hvordan sletter man innhold? • Hvordan lagres innhold delt på sosiale medier? • Vet dere om man kan henvende seg til noen dersom bilder eller videoer har kommet på avveie? • Har dere hørt om slettmeg.no? Dersom ja: har dere brukt nettsiden? Dersom ja: hvordan? • Vet dere hva lovgivning rundt deling av barn er? Hva er lov/ikke lov? • Hvilke rettigheter har barn?
Risiko/utfordringer 18.55-19.05 10min	<ul style="list-style-type: none"> • Har dere eller noen dere kjenner opplevd noen utfordringer med andre (besteforeldre, slekt som er eldre, venner) som har delt om deres barn uten deres samtykke? • Synes dere at det trygt å dele innhold om barnet på sosiale medier? Hvorfor/hvorfor ikke? • Har dere eller noen dere kjenner opplevd at innhold dere delte med familie eller venner ble delt videre? Dersom ja: fortell.

	<ul style="list-style-type: none"> • Har dere eller noen dere kjenner opplevd at bilder eller videoer kom på avveie? Hvordan fikk dere vite om at innhold kom på avveie? Hva gjorde dere da/hvordan reagerte dere? • • Hvilke risikoer tror dere finnes ved å dele innhold om barn? (psykiske belastninger, trakassering, mobbing, fratar barnet å skape egne digitale spor, pornografiske/pedofile nettsteder, kidnapping, identitetstyveri og overvåkning) • Hva synes dere er fordelene ved å dele om barna på sosiale medier? • Hva er forholdet mellom risiko og eventuelle fordeler? Hva veier tyngst? Kan fordelene veie opp for risikoene? • Det har jo vært en del diskusjon om influensere/influensere som deler om barna sine i mediene. Har dere forandret deres holdninger til hva dere deler på sosiale medier etter medieinnlegg som for eksempel debatten? På hvilken måte og hvorfor?
<p>Influenser som eksponerer sine barn</p> <p><i>Vis bilder av influenser som deler innhold om sine barn.</i></p> <p>19.05-19.20 15 min</p>	<p>Nå skal vi vise dere noen bilder som influensere har lagt ut av eller med barna sine. Det er jo forskjellige måter å dele bilder av barn på – noen legger ut med ansikt mens andre prøver å ikke vise ansikt for eksempel.</p> <p>Slide1:</p> <p>Her er det to bilder fra en populær norsk influencer med barn.</p> <p>Hvilke tanker har dere når dere ser på bildene?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Er det forskjell på situasjoner man deler på sosiale medier? • Er det forskjell på influenser som har veldig mange følgere eller ikke? Er det forskjell på en influencer med 10,000 følgere og en vanlig person som deler (åpent) for familie og venner? • Er det forskjell på om bildet virker «stylet» eller ikke? Har det noe å si om man vet navnet til barnet eller annen informasjon? • Tror dere at barna har valgt om de får være med? • Har alder på barna noe å si for hva som er greit å dele på sosiale medier? <p>Slide 2: Hva med dette? Her er ansiktene til barna blurret.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hva er deres tanker rundt det? • Kunne dere ha lagt ut et familiebilde der barnas ansikter er blurret sånn? • Er det greit å legge ut et familiebilde som barna ikke liker hvis ansiktet blurres? • Er det annerledes hvis man har mange følgere? <p>Slide 3: Her er også et bilde fra en norsk influencer som hun har lagt ut av datteren sin.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hva er tankene deres her?

	<ul style="list-style-type: none"> • Er dette noe dere kunne lagt ut av deres barn? • Tror dere at barnet ville at bildet ble tatt? • Hva synes dere om å vise frem barnerommet? • Hva synes dere om å ha bilder som er planlagt? • Hvem kan man dele et slikt bilde med? <p>Slide 4: Her er det tre barn som reklamerer for morens bedrift – hun selger strikkeoppskrifter og garn.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hva tenker dere om at barna er brukt i reklame for morens bedrift? Burde inntekten da gå til barna? • Kan det være positivt å være modell for foresattes bedrift? Er det ulemper ved det? • Er det greit hvis man ikke deler noe annen informasjon enn et bilde i reklame – at man ikke vet navn, alder og bosted osv til barnet <p>Slide 5: Her er to bilder av barn som er med i reklame for andre ting på foreldrenes Instagram konto – det ene er klær fra FILA, det andre er ryggsekker.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Synes dere at barna burde få bestemme hva de reklamerer for? • Er det forskjell på om man får se fjeset til barnet eller ikke i reklamene? • Hva tenker dere om barn som brukes i tradisjonell reklame (barnemodeller) for eksempel for kleskjeder som HM eller Cubus? Er det forskjell mellom barnemodeller, skuespiller og barn som blir vist av influenser-foreldre? <p>Slide 6: Her ser dere bilde av en amerikansk jente som er en slags barneinfluenser.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hva synes dere om barn som er influensere (kidfluencers)? • Er det noe dere kunne tenkt dere for deres barn? <p>Generelt: Alle bildene dere har sett har jo vært fra influensere/content creators. Noe er reklame, noe er ikke.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hva synes dere om influenser som deler bilder/videoer eller annen informasjon av sine barn? • Hva synes dere om influenser som bruker barna sine i reklame? • Hvordan tror dere er det å ha influenser som foresatte? • Er det noen influenser som har barn som dere følger med? Hvem følger dere med på? Hva gjør at dere (ikke) gjør det? På hvilke sosiale medier følger dere med? • Tror dere at det er kulturelle forskjeller av hva man deler (er det for eksempel forskjell mellom foresatte i USA og Norge)?
Anbefalinger/ Regulering	<p>Foresatte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Synes dere at foresatte burde få informasjon/tips/anbefalinger rundt deling av innhold på sosiale medier?

<p>19.20-19.27 10</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Har dere noen tips/anbefalinger til andre foresatte som deler om barna sine? • Tenker dere at man burde ha noen reguleringer rundt det som foresatte kan dele om barna sine på sosiale medier? Hvorfor (ikke)? Hva hadde dere foreslått burde deles som råd/anbefaling? Av hvem skulle slike anbefalinger deles? <p>Influenser/influensere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Burde man regulere deling av bilder blant influensere som deler innhold om barna sine? Hvorfor/ikke burde man regulere? • Hvordan burde man regulere? Hvem burde regulere det? • Er det noen ting dere synes som ikke burde reguleres? Hvilke da? • Finnes det forskjeller mellom vanlige foreldre og influensere? Hvilke da? Burde de får ulike anbefalinger? • Finnes det noen utfordringer ved å regulere deling av innhold?
<p>Avslutning 19.27-19.30 5 min</p>	<p>Er det noe vi burde ha snakket om i dag? Er det noe dere ønsker å kommentere? Har dere spørsmål? Takk for deltakelse. Ta kontakt med Clara dersom dere har spørsmål eller ønsker å få innsyn i personopplysninger eller trekke dere. Dere får gavekort fra Norstat innen 1-2 uker.</p>

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved OsloMet – storbyuniversitetet har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

SIFOs kjerneområder er:

- Bærekraftig forbruksutvikling
- Klær
- Markedsbasert velferd
- Mat, matkultur og ernæring
- Teknologi og digitalisering