

Lar du deg lure i og av digitale medier?

I går (16.09) så jeg en debatt på NRK som tok opp en omdiskutert nettside kalt OnlyFans. Nettsiden har 18 år aldersgrense fordi den gir tilgang til pornografisk innhold og utfordrende kroppsidealer. Debatten hadde mange vinklinger og perspektiver fra de fleste involverte parter, med unntak av applikasjons produsenten. Brukerne av appen og representanter for barn og unge var til stede, i det Fredrik Solvang fyrte løs en debatt om seksuelle tjenester, og barn og unges mediebruk i statskanalens beste sendetid. Utfordringen med OnlyFans var ifølge representanter for barn og unge at produsentene også hadde Instagram kontoer. På Instagram legger produsentene ut «teasere» og link til OnlyFans. På Instagram har barn og unge tilgang, på OnlyFans skal de derimot ikke være. Problemet er at enkelte barn og unge ser opp til influenser på Instagram, som indirekte oppfordrer til å følge dem videre på OnlyFans, hvor de legger ut mer pornografisk innhold.

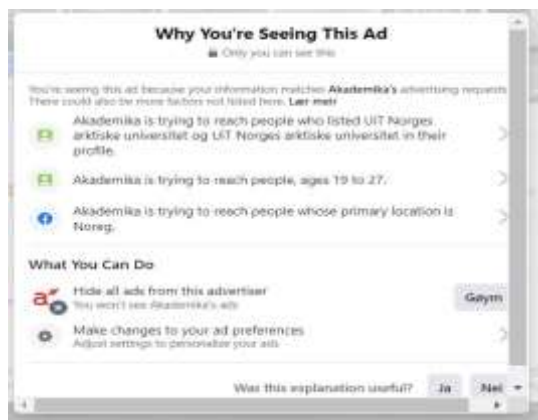
Et av de viktige spenningsforholdene som fremkom i debatten, var om vi voksne skal skjerme barn og unge fra uønsket innhold på nett eller om vi (gjærne skolen) skal lære elevene å forholde seg til innholdet på en sunn måte. I dette blogg innlegget vil jeg se på et par digitale fenomener hvor det nevnte spenningsforholdet er sentralt.

«Jeg er ikke dum nok til å la meg påvirke av pupup reklame!»

På veg gjennom artikkelen: *elever med digital oppvekst* (Løvskar, 2019). Stoppet jeg særlig opp ved begrepet «popups». Popups er når reklame eller annonser dukker opp på skjermen. Annonsene er multimodale med bilder og en innbydende tekst og de er gjerne tilpasset deg. Forfatteren skriver at barn og unge oppgir at de ikke er «dumme» nok til å til å la seg påvirke av sånt og avfeier hele problemstillingen. Dersom svarene til barna stemmer, så er det langt flinkere enn meg til å ikke la seg påvirke. Personlig er det ikke lenge siden jeg tykket inn på en interessant lenke på Facebook. Jeg tenkte ikke over at det var reklame og måtte sjekke det ut. Etter å ha sett en tre minutter lang film om produktet, hadde de delvis overbevisst meg om å kjøpe produktet og jeg var delvis villig til å betale for det.

Løvskar (2019) skriver videre at til tross for de unges tydelige holdning til pops, så er det nok reklame bransjen som vinner. Reklamebransjen finner stadig nye og smarte måter å nå frem til brukeren ved hjelp av algoritmer og nye måter å fange vår oppmerksomhet. *En algoritme er en nøyaktig oppskrift for hvordan spesifikke problemer kan løses* (Bergsjø, Tønnesen, Eilifsen & Vik, 2020). For popups betyr dette at maskinene lager oppskrifter på hva som skal “poppe” opp på våre nettlesere, basert på hva vi tidligere har vist interesse for. Løvskar (2019) underbygger sitt synspunkt med et logisk resonnement. Han sier at reklamebransjen ikke ville brukt så mye ressurser på popups dersom det ikke var lønnsomt.

I en raskt studie på popups, gikk jeg inn på min Facebook og Instagram konto for å se om det var mulig å få litt informasjon om annonsene på nettsiden. På Instagram fant jeg en god del forklaringer på hvordan og hvorfor annonsene viste seg i min profil, det samme på Facebook. Appene er altså helt åpne om hvordan de bruker din informasjon til å legge ut tilpassende annonser på din profil. Det er derimot ikke mulig å fjerne de fullstendig. Det er mulig å fjerne spesifikke annonsører, men ikke alt. Det er reklame disse appene tjener penger på. Appene er gratis, så en plass må finansieringen komme inn (Løvkard, 2019). Under ser du to bilder, de viser hva jeg fikk til svar da jeg tykket på innstillingene for annonsen.



Figur 2: Facebook sitt svar når jeg spør: Hvorfor jeg får denne annonsen?



Figur 1: Instagram sitt svar når jeg trykker på ... (innstillinger for annonsen)

Undersøkelsen viste at det er mulig å finne endel informasjon om hvorfor annonser på Facebook og Instagram viser seg på dine brukere. Informasjonen er også formulert forståelig. Denne undersøkelsen tenker jeg kunne vært en god måte å få elevene til å arbeide utforskende innen temaet digitale kompetanse. Gjennom å undersøke egne profiler og annonsene som ligger på egen profil, kan de bli mer bevisst på popup reklame og i dermed stille seg mer kritisk til annonser som «popper» opp. En slik oppgave ville gått rett inn mot begrepet digitaldømmekraft som blir presentert i den nye læreplanen (utdanningdirektoratet, 2021).

Dersom man har ambisjoner om å nekte barn og unge tilgang til populære apper som Instagram og Facebook, så kan de skjermes fra å få uønsket innhold på nett. I debatten med Fredrik Solvang var det et flertall av de representert, som mente at det ikke ville være mulig å fjerne alle apper hvor barn kunne utsettes for uønsket innhold. Det vill alltid komme nye apper rettet mot barn og unge. Tyngden av debatten handlet derfor om hvordan brukerne skulle forholde seg til mediene, ikke at de skulle fjernes fullstendig. Denne tankegangen kommer også frem i læreplanen som sier at elevene skal kunne: bruke strategier for å unngå uønskede hendelse på nett (Bergsjø mfl., 2020).

«Jeg klarer jo å tekste og skrive samtidig!» (Fritze, Haugsbakk & Nordkvelle, 2017).

Jeg har ikke egentlig tenkt så mye over multitasking som fenomen tidligere. Slik jeg har skjønnet det handler det om å gjøre flere ting om gangen. Jeg multitasker en del, men har ikke noe forhold til det som positivt eller negativt. I skrivende stund sitter jeg for eksempel å svarer på mail når det dukker opp og meldinger. Varslene kommer både på telefonen og i hjørnet på pc-skjermen. De dukker opp slik at jeg ser hvem det er fra, men forsvinner før jeg får lest hva som står. Ved hver varslings tar jeg stilling til om jeg skal se på den nå eller seinere. Ser jeg på den med engang, må jeg ta pause i skrivingen, lese meldingen og tenke over en mulig respons. Jeg kan omsider fortsette arbeide med denne teksten inntil et nytt varsel popper opp i hjørnet eller på telefonen.

Jeg arbeider meg fremover i artikkelen til Trude Løvskar og kommer til overskriften «myten om Multitasking». Kort oppsummert er Multitasking ifølge Løvskar (2019) en dårlig ide. Hun viser blant annet til en undersøkelse gjort i 2010 hvor psykologistudenter ble delt i to grupper. De skulle lese en tekst på knapt 4000 ord. Den ene gruppen fikk muligheten til å chatte underveis og den andre ikke. Det viste seg at studentene som chattet brukte 22-59 % lengre tid på å lese teksten, selv om chatte-tiden var trukket fra. Løvskar (2019) sier videre at mye tid forsvinner i å skifte fokus fra en ting til en

annen, i tillegg er det større sannsynlighet for å gjøre feil. Når man arbeider oppmerksomt med et tema om gangen kommer man dypere inn i materien, i tillegg går det raskere.

Det lever en oppfatning om at barn og unge trenes opp i å bli gode multitaskere. Det vil si at de gjennom å holde på med flere ting samtidig over tid, klarer å ha oppmerksomhet på flere ting samtidig. Flere forskere inkludert Løvsgard (2019) avviser dette og kaller det en naiv teknologioptimisme (Fritze, Haugsbakk & Nordkvelle, 2017). Ut fra den forskningen som nå foreligger vil jeg si at vi ganske trygt kan påstå at multitasking ikke er en effektiv arbeidsform. Du får altså ikke gjort mer på kortere tid. Med det fastslått vil det være naturlig å tenke at vi bør viderefremme dette til ungdommen. Det gjenstående spørsmålet er da hvordan? Skal det læres ved at vi skjermer elevene for forstyrrelser i skolearbeidet, ved å for eksempel ha mobilfriskole eller nekte de tilgang til enkelte apper. Eller skal vi lære elevene å selv sette grenser for forstyrrelser fra telefon eller andre ting som måtte poppe opp på skjermen?

Slik jeg har erfart det i norsk skole, lener det mest mot å skjerme barna fra uønsket mediepåvirkning. På skolen har barna ofte begrensede tilganger til apper og de får ikke bruke telefonen. På det viset unngår man blant annet at elevene multitasker. Fritze mfl. (2017) konkluderer i sin artikkel med at både lærere, foreldre og elever er relativt fornøyd med mobilfriskole. Hovedargumentene fra de ulike gruppene er forskjellige, men kort oppsummert handler det om å unngå forstyrrelser og mobbing. Artikkelen viderefremmer samtidig at det ikke foreligger særlig mye forskning på fordelene og ulempene med å skjerme elevene rent fysisk fra forstyrrelser.

Forvirra?

Det jeg skriver om popup reklame lener mot at barn og unge må lære å håndtere medier på en god måte. Det jeg skriver om Multitasking lener derimot mot skjerming som en god metode. Slik jeg forstår det sier «samfunnet» at skjerming ikke er mulig fordi teknologien har kommet for å bli. I skolen blir elevene derimot skjermet fordi eleven ikke klarer å regulere egen bruk. Teorien jeg har lest i forbindelse med denne oppgaven er heller ikke tydelig i på hvilken strategi som er til det beste for barnet.

Det jeg personlig sitter igjen med etter å ha skrevet innlegget og lest meg opp, er at det ikke finnes et entydig svar. Likevel må vi fortsette å søke kunnskap om den digitale verdenen og ta de aktuelle debattene som dukker opp. Debatten med Fredrik Solvang var i mine øyne et svært viktig bidrag til en bevisstgjøring rundt digitale medier.

Dersom dette innholdet fanger din interesse, vil jeg anbefale:

- 1) Gran, L. (2018). Digital dannelse: en overordnet interkulturell kompetanse. *Norsk Pedagogisk Tidsskrift*, 102(03). Hentet fra https://www-idunn-no.mime.uit.no/npt/2018/03/digital_dannelse_en_overordnet_interkulturell_kompetanse
- 2) Syvertsen, T. (2019). Digital detox på norsk. *norsk medietidsskrift*, 26(2), 1-18. Hentet fra https://www.idunn.no/file/pdf/67129475/digital_detox_paa_norsk.pdf

PS: dersom du er lærer og leser dette: «å bruke strategier for å unngå uønskede hendelse på nett er en del av det elevene skal kunne før de går ut av grunnskolen i 10. klasse (Bergsjø mfl., 2020).

Referanser:

Bergsjø, L. O., Eilifsen, M., Tønnesen, K. T. & Vik, L. G. V. (2020). *Barn og unges digitale dømmekraft- verdiløft i barnehage og skole* (1. utg.). oslo: Universitetsforlaget.

Fritze, Y., Haugsbakk, G. & Nordkvelle, Y. T. (2017). Digitale forstyrrelser i skolen- erfaringer med begrensning av elevers mobilbruk. *Norsk Pedagogisk Tidsskrift*, 3(101), 201-212. Hentet fra [https://www.idunn.no/npt/2017/03/digitale forstyrrelser i skolen](https://www.idunn.no/npt/2017/03/digitale_forstyrrelser_i_skolen)

Løvskar, T. (2019). Elever med digital oppvekst. I 1 (Red.), *Skolen i det digitale samfunnet* (1. utg., s. 35-55). Bergen: Fagbokforlaget.

Solvang, F. (programleder). (2021, 16. september). *OnlyFans og sexsalg. Debatten* [TV-program]. Hentet fra: [Debatten – 16. sep. – OnlyFans og sexsalg – NRK TV](#)

Utdanningdirektoratet. (2021). *Rammeverk for lærerens profesjonsfaglige digitale kompetanse* (Pfdk). Hentet fra: [Vedlegg \(udir.no\)](#)