



barnevakten



**En ideell organisasjon
som gir råd om barn
og medier**

Vår visjon:

**...at barn og unge skal bruke mediene
på en trygg og bevisst måte**

Våre målsettinger:

**Gi barna det beste:
Et sunt, utviklende,
stimulerende,
engasjerende og positivt
medietilbud til barn**

Våre målsettinger:

**Aktive voksne i barnas
mediehverdag:**

- Oppmuntre og utruste foreldre**
- Øke voksnes kunnskaper om barn og medier**

Temakvelder og elevundervisning

- Ca 30 aktive foredragsholdere
- Årlig ca 25 000 foreldre
- Årlig ca 25 000 elever i grunnskolen



Barns rettigheter

- **FNs barnekonvensjon:**
 - rett til å bruke mediene
- **FNs barnekonvensjon:**
 - rett til å bli beskyttet mot skadelig informasjon
- **Norsk kringkastingslov:**
 - programmer som kan være skadelig skal sendes etter kl. 21

Tidene forandrer seg...



1996-08-20 DN Internett er en flopp

Dagens Næringsliv

DEBATT



Den store feil fremtidsforskere og datafreakere gjør, er å trekke erfaringene fra bruk av PC på arbeidsplassene inne i hjemmene. En slik projisering holder ikke, skriver *Leif Osvold* i Oslo.

DEBATT

Internett en flopp!

Dataekspertene og såkalte fremtidsforskere spår i økende grad at Internett vil bli dominerende i vårt dagligliv i de nærmeste årene, fordi vi vil bli nødt til å ta den i bruk via vår hjemme-PC. Tilbakerevisning av slike gale trendbaserte påstander er nå nødvendig, og her er en mot-hypotese: Internett er en flopp; det vil si en «motegreie» som kommer til å dø ut om et par år.

Det er tre grunner til dette: 1) ingen av aktørene på nettet vil tjene penger på å legge seg der med sine tilbud, 2) privat bruk av nettet vil være marginalt, og 3) mengden av informasjon på nettet vil bli så enorm at det vil skape frustrerende store søkeproblemer, og dermed frafall av brukere. Hva gjelder punkt en så tror jeg at vi snart vil få se en leverandørflukt fra Internett, når disse oppdager at de har lurt seg selv, redde for ikke å være moderne eller være tilstede der «alle de andre» er.

Hva gjelder punkt 2 så vil jeg ta utgangspunkt i hva flere mediegurmer sier. De uttaler at Internett innen år 2000 vil være en like naturlig del av dagliglivet som PC-en er idag. Dette postulatet er galt, av den enkle grunn at PC idag ikke er en naturlig del av dagliglivet. Feilen oppstår fordi man ikke skiller mellom bruk av PC på jobb, og hjemme.

Datautviklingen og bruk av PC på jobb har revolusjonert arbeidslivet, og vil fortsatt gjøre det. Dette er stort sett en velsig-



Motegreie. Internett er en motegreie som kommer til å dø ut om et par år, mener *Leif Osvold*.

nelse for arbeidstagerne. Den store feil fremtidsforskerne og datafreakene gjør er imidlertid å trekke erfaringene fra bruk av PC på arbeidsplassene inn i hjemmet. De påstår derfor at en tilsvarende revolusjon vil skje der, men en slik projisering holder ikke, hverken i teori eller praksis. Utbredelsen av PCer i hjemmene vil nok øke noe i årene som kommer, men jeg tror vi allerede er nær toppen. Og denne toppen er kanskje fem prosent av befolkningen, mens med andre ord 95 prosent ikke bruker PC hjemme (selv om mange har kjøpt en). Og

det er bruken av PC som teller, ikke besittelsen. Grunnen til dette er simpelthen at mennesket er et sosialt vesen, og etter en stund kommer til å bli lei av å kommunisere med en maskin i fritiden. PC i hjemmet kommer i all hovedsak til å bli benyttet til jobb- og studie-relaterte oppgaver, samt til spill og underholdning. Og selv volumet av disse positive anvendelsene blir små, også på lang sikt.

Det er forbløffende å konstatere hvordan fremtidsforskere og dataekspertene overser dette fundamentale sosiale element hos mennesket. Det er enkelt å registrere at vi mennesker er slik skapt at vi faktisk ikke ønsker å forholde oss til en datamaskin hele dagen, men at vi trenger å kommunisere med andre levende vesener. Særlig gjelder det dem som bruker PC på jobben. Vi vil derfor ikke benytte en maskin når vi i fritiden skal kommunisere med omverdenen. Vi vil heller ikke sitte alene hjemme og utføre jobben vår, uten kommunikasjon med et kollegialt arbeidsmiljø. Såkalt «fjernarbeid» kommer derfor heller aldri til å bli særlig utbredt, men forbli en ubetydelig avart.

Mennesket vil alltid knytte seg til et sosialt felles miljø, fordi det hører til de basale holdninger og behov vi er skapt med. Disse vil ikke forandre seg i nevneverdig grad, til tross for PCen. Når vi skal bestille våre billetter eller reiser så vil vi snakke med et le-

vende menneske, ikke taste inn på en maskin. Når vi leier vår video så vil vi besøke utleieren og velge i visuelle omgivelser. Shopping vil vi gjøre ved å oppsøke det levende miljø i butikkene, ikke sitte hjemme og bestille varer. Vi klarer ikke å «snakke» med eksterne familiemedlemmer eller venner via en PC, så lenge vi kan ringe eller besøke dem. Vi vil ikke lese hverken aviser, fag- eller skjønnlitteratur ved å «bla» i en datamaskin, men ved å kjenne papiret og boken i våre egne hender. Disse tingene vil ikke kunne erstattes av «PC-opplevelser», og slik vil det heldigvis fortsette å være, for slik er den menneskelige natur. Kort oppsummert: de sosiale basis-behov hos oss står i direkte motstrid til bruk av datasystemer i hjemmet, og vil naturligvis seire i det lange løp. Og når det gjelder bruk av Internett for å få all verdens informasjon, så tror jeg at dette vil dø ut av seg selv. Vi er allerede overføret med informasjon, og får dessuten den vi trenger via trykte medier, radio og TV.

Idag er det kun én prosent av befolkningen som bruker Internett hjemme, og særlig flere tror jeg ikke det vil bli. Hvordan det er mulig å lage så mye styr omkring et medium som 99 prosent av folket ikke benytter seg av privat, kan bare forklæres med at det er massemediene som er hovedaktørene også på Internett.

Fra passiv konsument...

Foto: Flickr.com/FredCavazza

Social Marketing Management
shpoutlet, hootsuite, awareness, tweet, tapli, Flowtown, Socialware, offerpop, Seismic, Strutta, votigo, Social AppsHQ, extole, Fanzila, CaunSea, Zuberance, BzzAgent, Social Amp

Social Publishing Platforms
SYNCAPE, vitrue, involver, Context Optional

URL Shorteners
bitly, tiny arrows, TinyURL.com

Stream Platforms
UberMedia, TweetDeck, twhirl, AOL Lifestream...

Twitter Apps
twitpic, StockTwits, wefollow, Listorious, tweetmeme, Cadmus, fixup!, twitvid

Analytics
awe.sm, bluefin, kontagent, Campalyst, mixpanel, DMNITURE, webtrends

Content Curation
hunch, BuzzFeed, memolane, summify, Flipboard, SkyGrid, Storify

Social Commerce Platforms
Payment, Moontoast, live gamer, dotbox, mun, Moluko, triepay, Storenvy, shop igrater, FLUID, VendorShop, ecwio, milyoni

Facebook Apps
LIKESTER, BranchOut, SNAP, badoo, smile, causes, booshaka

Facebook Gaming
playfish, zynga, MetroGames, Playdom, socialpoint, DIGITAL CHOCOLATE, WildNeedleGames

Social Advertising Platforms
TBG, Lexity, spruceMEDIA, Acaply, BLINQ MEDIA, epic social, SOCIALTYZE, nanigans, Taykey, Ybrant, KENSHOO, Marin, EfficientFrontier

Social Brand Engagement
socialvibe, mylikes, adly, local response, apps, DYNAMIC SIGNAL, sharethrough

Social Ad Networks
OneRiot, rockyou, across, LIFESTREET, radium, XGRAPH, media6degrees, GNP

Social Data
DATASIFT, RapLeaf

Social Search & Browsing
TOPSY, Aardvark, StumbleUpon, greplin, spokeo

Social Intelligence
PostRank, Trendrr, ATTEN/ITY, VISIBLE, BuzzLabs, actionly, bottlen, se, colligent, synthesio, brandprotect, trackur, scout, backtype, rockant, ALTERIAN, NETBASE

Social Scoring
KLOUT, empireavenue, PeerIndex

Social TV
PHILO, clipsync, snappyTV, INTO_NOW, tunerfish

Social Networks - Other
Linked in, plaxo, Path, orkut, Google+, #hashable, renren, friend.ly, TAGGED, my, friendster, gaia

Social/Mobile Apps & Games
foursquare, waze, flix, Foodspotting, glu, h15, playjam, mixxt, Groupage

Social Shopping
GiantNerd, Swipely, Zaaaly, zappli, LOCKERZ, SVPPLY, gifik, ikaboodle

Content Sharing (Reviews/Q&A/Docs)
topix, fotopedia, slideshare, DocShare, yelp, Angie's list, Quora, Scribd

Social Referral
socialfoot

Photo Sharing
SmugMug, flickr, ZangZing, photobucket

Social Business Software
External (Customer) Facing: lithium, jive, telligent, ingage, satisfaction, LeverageSoftware, Pluck, KickApps, mZinga, Assistify
Internal (Employee) Facing: huddle, cubetree, Watchtoo, Yammer, Socialtext, nimble, SOCIALCAST

Blogging Platforms
tumblr, posterous, Blogger, WordPress, Squarespace, Joomla!

Community Platforms
tunt, Bazaarvoice, gigya, Badgeville, ShareThis, spinback, jonoin, conduit, clearspring, echo, PowerReviews, Mass Relevance, meeb, Cover It Live, widgetbox, factory

Traditional Publishers
DAILY CANDY, CNN, The New York Times, Glam Media, abc, THE WALL STREET JOURNAL, HEARST corporation, AOL, CONDÉ NAST

twitter
facebook

Source: Luma Partners, Terry Kawaja © 2012 Buddy Media, Inc. Proprietary and Confidential



...til aktiv bruker



Foto: Flickr.com/FredCavazza

Hvem skaper nettet?



Mennesket eller maskinen?

Bør foreldre sjekke ungdommers aktivitet i sosiale medier?

VG NYHETER

< Nyheter

INNENRIKS | UTENRIKS | SISTE 48T | MENINGER

Kronikk: En råttan ungdomskultur (og dumme foreldre)



VÅRN OPP: - Vi er nødt til å begynne å følge med, og vi er nødt til å utveksle informasjon. Ungdommene kommuniserer hele døgnet med store nettverk av venner og kjente over hele Oslos vestkant, mens vi foreldre ikke snakker sammen annet enn når vi skal forklare hvor sinnssykt bra alt går, skriver kronikkforfatteren.
Foto: FREDRIK SOLSTAD, VG

Vi er nødt til å begynne å følge med, og vi er nødt til å utveksle informasjon. Ungdommene kommuniserer hele døgnet med store nettverk av venner og kjente over hele Oslos vestkant, mens vi foreldre ikke snakker sammen annet enn når vi skal forklare hvor sinnssykt bra alt går.

VG NYHETER

< Nyheter

INNENRIKS | UTENRIKS | SISTE 48T | MENINGER

Slår alarm om oppblomstring av «hjemme alene»-fester



RYKTER UT: Politibetjent Dag Harald Drevsjø på Manglerud i Oslo har stoppet «hjemme alene»-fester med opp mot 100 ungdommer, der de yngste har vært nede i 16-årsalderen. Her er han fotografert etter mandagens VG-debatt om festkulturen på vestkanten.
Foto: MATTIS SANDBLAD, VG

Etter fire ukontrollerte husfester sist helg, er Manglerud-politiets melding til tenåringsforeldrene klar: Sett grenser og lås barskapet!

Årvåkne fremfor overvåkende

- Synliggjøre ansvar
- Avgi tillit
- Opprettholde dialogen
- Vær positivt interessert





Instagram 13



Snapchat 12+



Kik 17+



Ask.fm 13



Vine 17+



Perfect 365 12+



Tinder 12+



Hot or not 12+



Whisper 17+



Momio 4+

Sjekke barnets mobil?

”- Dersom foreldre vil sjekke mobilen til barnet, anbefaler jeg at man gjør det sammen med barnet.”

Kjellaug Tønnesen, rådgiver BarneVakten



Barns tillit til foreldre

”Tillit er en tynn tråd å kutte,
men en lang vei å bygge opp igjen.”

Øystein Samnøen, BarneVakten

Kommunikasjon !!!

Bli kjent med ditt digitale barn

- *Det er mye bedre at vi kjenner ungene så godt at vi kan "lese dem" istedet for å måtte lese loggen...*

Sitat: rådgiver i Barnevakten





Barn har en pussig tendens til å lære mer av hva vi gjør enn hva vi sier...

Gi barna trygghet!



Takk for meg!

www.barnevakten.no

knut@rinden.no