

NYHETSMEDIENES DEKNING AV DIGITAL MOBBING

En studie av Aftenposten, VG og Dagbladet

Av Milosz Hygen



Masteroppgave i medievitenskap

Institutt for medier og kommunikasjon

Universitetet i Oslo

22. desember 2011



NYHETSMEDIENES DEKNING AV DIGITAL MOBBING

En studie av Aftenposten, VG og Dagbladet

Av Milosz Hygen

© Milosz Hygen 2011

Nyhetsmedienes dekning av digital mobbing

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Denne masteroppgaven belyser hvilket bilde nyhetsmediene tegner av digital mobbing og hvilken rolle organisasjoner og statlige organer spiller i dette. Oppgaven ser også på hva leseren sitter igjen med av informasjon om digital mobbing. Oppgaven benytter seg av en kvantitativ innholdsanalyse på artikler hentet fra papir- og nettavisene til VG, Aftenposten og Dagbladet. Variablene i innholdsanalysen er utarbeidet med utgangspunkt i medieteorier og tidligere forskning på digital mobbing for å avdekke hvordan avisene dekker problemet. Analysen bygger på alle artikler om digital mobbing publisert i tidsperioden 2008 til 2010. Hovedfunnet tyder på at avisene tegner et nokså nøyaktig bilde av digital mobbing. Funnene viser også at de statlige organene er mer synlige enn organisasjonene i artiklene. Bildet avisleseren sitter igjen med om digital mobbing er nyansert på mange måter, selv om ikke alle aspekter kommer med. I all hovedsak tyder analysen på at de artiklene presenterer som oftest samsvarer med det vi vet om digital mobbing fra forskningen.

Abstract

This master's thesis seeks to explore how cyber bullying is presented in the daily press, and how organizations and state agencies are used as sources of information to address this phenomenon. This thesis further aims to shed light on the potential perception readers could have of cyber bullying after reading the newspapers. This subject was approached by conducting a quantitative content analysis based on a sampling of 110 articles from the newspapers VG, Aftenposten and Dagbladet accordingly, during the period of 2008 and 2010 included. The variables of measure were composed in light of media theory and previous research on cyber bullying. The main findings reveal that Aftenposten, VG and Dagbladet, to a certain extent, provide an accurate depiction of cyber bullying. The findings further indicate that the state agencies play a more central role in the depiction of cyber bullying in contrast to the organizations. Although the articles under scrutiny do not touch upon all aspects related to cyber bullying, they do, however, provide the reader with a nuanced picture of this phenomenon. In general, the findings indicate a consistency between the theoretical framework and how the daily press presents this subject matter.



FORORD

For meg har det å skrive en masteroppgave vært som å prøve å tømme et synkende skip for vann, under storm, og til tider føltes det som om skipet skulle gå under. Det ville ha gått dårlig hadde det ikke vært for den strålende veiledningen jeg fikk fra Birgit Hertzberg Kaare (V-2010/H-2011). Hun var med på å tømme vann, tette hull og sette opp seil. Med tålmodighet og detaljert tilbakemelding fra henne, fikk jeg endelig skipet til land. En stor takk rettes også til Ragnar Waldahl, som tok seg tid til å se over og gi gode innspill på oppgaven. En stor takk til dere begge.

Ikke så langt unna skipet mitt, bak de største bølgene, kunne jeg skimte mastetoppen på skipet til min kjære, Mariya Valcheva, som også holdt på med sin masteroppgave. Merkelig nok var havet rundt henne svært rolig og dermed tok ikke skipet hennes inn vann, noe som ble en inspirasjonskilde for meg. Hun hjalp meg både med språket og med oppgaven generelt. Uten henne hadde det ikke vært mulig å levere inn oppgaven. Vi kom i land samtidig og nå skal hun få kos som kun en svært glad seiler kan gi.

Havet er fullt av hjelpende hender for en seiler i nød. Jeg retter en spesiell stor og takkende hånd til min lillesøster Nina Hygen for reliabilitetstesting, til min bror Arvid Hygen for flott språkvask og en super stor takk til min mamma, som uten å nøle, konstanterte at oppgaven min var den største skatten på de syv hav. I tillegg må jeg sende store og varme takk til Adam og David Hygen, samt Magdalena Valcheva og Todor Kondov for å gjøre turen, med et synkende skip, både spennende og levbart. Uten deres støtte og hjelp ville det nok ha vært en helt annen oppgave jeg hadde levert.

Ai ai, kaptein!
Universitetet i Oslo, 22. desember 2011
Milosz Hygen

Innholdsfortegnelse

1 Innledning	13
1.1 Problemstilling	14
1.3 Oppgavens disposisjon	15
2 Mobbing i den digitale verden	17
2.1 Tiltak mot “tradisjonell” og digital mobbing	18
3 Teori	21
3.1 Medieteori	21
3.1.1 Makt og medier	21
3.1.2 Mediepåvirkning	25
3.1.3 Nyhetsmedienes sosiale konstruksjon	27
3.1.4 Pressens kilder	29
3.2 Digital mobbing	32
3.2.1 Definisjon	32
3.2.2 Digitale mobbeformer	35
3.2.3 Teknologi	38
3.2.4 Digital mobbing - årsak og konsekvens	39
3.2.5 Misoppfatninger om digital mobbing	41
3.2.6 Relevant forskningsdata	43
4 Metode & Materiale	47
4.1 Valg av metode	47
4.1.1 Oppgavens forskningsplan	47
4.2 Datainnsamlingen	48
4.2.1 Avisutvalget	50
4.2.2 Valg av artikler - Innsamling og gjennomføring	54
4.2.3 Avisenes målgruppe	60
4.3 Kvantitativ Innholdsanalyse	62
4.3.1 Oppgavens enheter, variabler & kategorier	62
4.4 Datakvalitet	67
4.4.1 Validitet	67

4.4.2 Reliabilitet	68
5 Funn og analyse	71
5.1 Generell informasjon	71
5.2 Digital mobbing	74
5.2.1 Definisjon og Karakteristikk	74
5.2.2 Mobbeformer	76
5.2.3 Teknologi	77
5.2.4 Årsak og konsekvens	79
5.2.5 Mobbedata	80
5.2.6 Misoppfatninger rundt digital mobbing	81
5.2.7 Annet – Digital mobbing og kriminelle handlinger	83
5.3 Kildebruk	84
5.3.1 Artiklenes kilder	85
5.4 Organisasjoner	88
6 Diskusjon	93
6.1 Problemstilling 1 – Digital mobbing i eksplosiv vekst	93
6.1.1 Del 1 - Digital mobbing, et (medie)bilde blir til	93
6.1.2 Del 2 - Organisasjoner og statlige organer	100
6.1.3 Egne refleksjoner	103
6.2 Problemstilling 2 – Digital mobbing og leseren	105
6.2.1 Artiklenes innhold	105
6.2.2 Artikkelen og dens målgruppe	109
6.2.3 Egne refleksjoner	109
7 Oppsummerende konklusjon	111
7.1 Oppsummering av oppgaven	111
7.2 Styrker og svakheter ved oppgaven	113
7.3 Veien videre	114
Referanseliste	115
Vedlegg	127
Vedlegg I – Kodebok	127
Vedlegg II – Artikler fjernet	143
Vedlegg III – Tabeller	146

Vedlegg IV – Artikkeluniverset	158
Vedlegg V – Artikler referert til i teksten	165

GRAF & TABELLOVERSIKT

Graf 1 Oversikt over antall artikler som omhandler søkeordene <i>Digital mobbing, Nettmobbing, Mobbing på nett, Skult mobbing</i> og <i>Mobilmobbing</i> i perioden 2000 til 2010	56
Tabell 1 Oversikt over de ti største riksdekkende avisene etter opplag for 2009.....	51
Tabell 2 Prosentandelen av norske avis- og nettavislesere over 12 år leste en avis pr dag for året 2009	52
Tabell 3 Antall artikler etter søk i Atekst fra tidsperioden 01.01.2008 til og med 31.12.2010, og med definert avisutvalg og søkeord	57
Tabell 4 Antall lesere som har lest papiravis eller nettavis i løpet av en dag for året 2009, tallene er fordelt i aldersgrupper og prosent	61
Tabell 5 Fordeling i antall artikler over hvem som er forfatteren av artikkelen.....	72
Tabell 6 Antall artikler som nevner definisjon og karakteristikkk.....	74
Tabell 7 Antall artikler med karakteristikkk av digital mobbing.....	75
Tabell 8 Hvilken mobbeform for digital mobbing presenteres i artiklene, hovedform og tilleggsform	76
Tabell 9 Antall artikler som viser hvilken teknologi som er brukt.....	77
Tabell 10 Antall artikler som sier noe om hvilken kanal ble brukt, både hoved- og tilleggsform	78
Tabell 11 Antall artikler som sier noe om konsekvensene av digital mobbing	79
Tabell 12 Oversikt over misoppfatninger rundt digital mobbing som ble bekreftet og avkreftet	81
Tabell 13 Antall artikler som sier noe om hvilket kjønn som blir mobbet eller er i fokus....	82
Tabell 14 Antall artikler som nevner forebyggende arbeid	83
Tabell 15 Oversikt over antall artikler med et antall kilder og kildefordelingen pr avis	85
Tabell 16 Oversikt over hvilke kilder som kommer til orde i artiklene	86
Tabell 17 Antall artikler som henviser/refererer til en organisasjon, både som	

hoved- og tilleggsstemme, samt antall artikler organisasjonen er i fordelt på avis.	89
Tabell 18 Antall artikler som henviser til en statlig organ, både som hoved- og tilleggsstemmen	90
Tabell 19 Fordeling av kampanjer, prosjekter og sentere blant artiklene	91

1 INNLEDNING

Eksplasjon av nett- og mobilmobbing

Legger ut bilder og video på nettet - Misbruker andres nettprofiler - Sender grove trusler via SMS.

Konfliktrådene opplever en dramatisk økning i saker om mobbing og trusler via mobil og Internett. Særlig ungdom blir uthengt og svertet på nettet gjennom tekst og bilder (Fretland, 2008)

Artikkelen over er hentet fra Dagbladet og stod på trykk 8. januar 2008. Det er lett å danne seg et bilde av at nett- og mobilmobbing er i stor vekst og at Konfliktrådet har mye å ta tak i. Overskriften er ikke uvanlig for saker som omhandler digital mobbing. Digital mobbing som et fenomen har blitt viet stadig mer oppmerksomhet i nyhetsmediene, i det offentlige og i det akademiske miljø. Samtidig er det stor forskjell på hvordan nyhetsmediene dekker digital mobbing og hvordan academia ser på dette problemet.

I Vær Varsom-plakaten står det “Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysningene som gis er korrekte” (VVP, 2006: punkt 3.2), samtidig påpeker Allern (2001:216) at tabloidjournalistikken som prioriterer kriminalitet, populærkultur, underholdning og sport, har lave krav til etterrettelighet og kildekritikk. Derfor bør leseren ha et kritisk øye til innholdet i artiklene som omhandler så alvorlige saker som digital mobbing. Kan det være at tabloidavisene gir et skjevt bilde av digital mobbing? Hvilket bilde sitter leseren igjen med av problemet og hvor riktig er de fakta journalisten bruker sett i lys av forskning?

I forskningen på digital mobbing blir konsekvenser på offeret ofte trukket fram. Som Patchin og Hinduja (2006:149) og Mason (2008) påpeker, kan disse konsekvensene være; depresjoner, fravær fra skolen, selvmordstanker, spiseproblemer og kroniske lidelser, noe som igjen har stor innvirkning på individets utviklingskurve og mentale helse. Det diskuteres også om digital mobbing kan skape en mer permanent psykisk og emosjonell effekt, samt ødelegge det sosiale livet til offeret (Patchin & Hinduja, 2006:149; Mason, 2008). Ved mobbing på skolen kunne offeret dra hjem og vekk fra mobberen, men med digital mobbing er hjemmet ikke lengre et trygt tilfluktsted.

1.1 PROBLEMSTILLING

Digital mobbing har blitt viet mye spalteplass i nyhetsmediene de siste tre til fire årene og har skapt mange overskrifter. Jeg har alltid vært opptatt av hvorvidt nyhetsmediene prøver å være så balanserte og kildekritiske som mulige i sitt redaksjonelle innhold, og jeg er dermed veldig interessert i å undersøke i hvilken grad de oppnår denne balansen når temaet er digital mobbing. Jeg vil med dette se hvordan nyhetsmediene i Norge forholder seg til det å være balanserte og kildekritiske, sett i lys av de riksdekkende avisene som dominerer det norske avismarkedet (Medienorge, 2010a).

Oppgaven skal kaste lys over hvordan digital mobbing blir beskrevet som fenomen i nyhetsmediene. Hvordan dekker tabloidavisene digital mobbing? Er det tydelig hvor informasjonen kommer fra? Hvilket bilde sitter leseren igjen med av problemet og hvor riktig er de fakta journalisten bruker, sett i lys av forskning? Dette er noen av spørsmålene som har dannet grunnlaget for oppgavens to problemstillinger, der den *første* lyder som følgende:

I. Hvilket bilde tegner nyhetsmediene av digital mobbing, og hvilken rolle spiller organisasjoner og statlige organer i dette bildet?

Jeg kommer til å besvare spørsmålet gjennom en kvantitativ innholdsanalyse. Et utvalg artikler vil analyseres gjennom kategorier laget på basis av forskning på feltet digital mobbing. Her vil jeg se på hvordan nyhetsmediene skriver om digital mobbing og hvilke kilder de bruker, samt se på hvilke organisasjoner og statlige organer som får uttale seg. Stemmer innholdet i artiklene som skrives overens med det bilde forskningen legger til grunne?

Er det flere jenter som mobber på nett enn gutter? Ender de fleste mobbesakene med selvmord? Er digital mobbing i eksplosiv vekst? Flere slike spørsmål dukker opp når man leser nyhetene. Dette fører til den *andre problemstillingen* som lyder som følger:

II. Hvilket bilde sitter leseren igjen med av digital mobbing etter å ha lest nyhetene?

Mye av den informasjonen vi tilegner oss i løpet av en dag får vi igjennom nyhetsmediene. Derfor er det interessant å se hvordan journalistene forholder seg til kildene sine, samt til fagfolk og organisasjoner som har mye kunnskap om saken.

I lys av mediene, lever vi i et samfunn der alle må forholde seg til mediens virksomhet, hvor det er en kausalsammenheng mellom det mediene vektlegger og hvilke saker som får sin plass i den offentlige debatt (Waldahl, 2003:12,215). Når det gjelder digital mobbing, er dette et svært komplekst fenomen med mange nyanser som nyhetsmediene ikke vil greie å dekke hele spekteret på. Målet med oppgaven er dermed å gi en innsikt i hvordan nyhetsmediene dekker dette digitale mobbing.

BEGREPSAVKLARING

Jeg ser det nødvendig å avklare noen begreper som kommer til å spille en sentral rolle i oppgaven. Det skilles mellom den mer tradisjonelle skolegårdsmobbingen og den digitale mobbingen. Jeg kommer utover i oppgaven til å skille mellom disse to formene ved å referere til skolegårdsmobbingen som "tradisjonell" mobbing og den digitale formen som digital mobbing.

1.3 OPPGAVENS DISPOSISJON

Jeg vil i det neste kapittelet gi et kort innblikk i tidligere forskning om digital mobbing og jeg vil se nærmere på hvilke tiltak som gjøres for å bekjempe problemet. Jeg redegjør i kapittel 3 oppgavens teoretiske grunnlag, der jeg vil se på medie- og digital mobbeteori. I kapittel 4 tar jeg for meg oppgavens metode og viser til avisuniverset og artikkeluniverset som vil utgjøre analysegrunnlaget. I kapittel 5 analyserer jeg artikkeluniverset, for så i kapittel 6 diskutere funnene opp mot teorien satt i kapittel 3. Jeg avslutter oppgaven med en oppsummerende konklusjon der jeg viser til de viktigste momentene som oppgaven har belyst.

2 MOBBING I DEN DIGITALE VERDEN

Det foreligger mye forskning på nyhetsmedienes dekning av ulike saker, deriblant kjønn (Gauntlett, 2002; Mühleisen, 2003), barn (Livingstone, 2009) og religion (Hoover, 2006; Lundby, 2006) i mediene. Det foreligger på den andre siden lite forskning om “tradisjonell” eller digital mobbing i pressen, jeg har selv ikke funnet noe. Det foreligger derimot mye forskning om “tradisjonell” og digital mobbing som et sosialt problem og hvilke konsekvenser dette har, både for offeret og for mobberen, og jeg skal presentere noen av dem.

Mye av forskningen om digital mobbing ser nærmere på hvordan dette problemet utspiller seg på skolene. *Senteret for atferdsforskning* (SAF) og *Olweus-gruppen mot mobbing* ved *Uni research* driver med mye forskning rundt blant annet digital mobbing på skolen. I rapporten “Digital mobbing anno 2008” til Senteret for atferdsforskning (SAF, 2010) fant de ut at det var en dramatisk økning i digital mobbing blant skoleungdom og da spesielt blant jenter.

Forskning med hovedfokus i konsekvensene av mobbingen er det også mange av, slik som doktoravhandlingen til Fosse (2006) som viser at 50 % av voksne polikliniske pasienter hadde blitt mobbet som barn eller ungdom.

Barnas bruk av digitale medier har vært hovedfokuset til Medietilsynets rapport *Barn og digitale medier* (Medietilsynet, 2010) der formålet er å gi en framstilling av barn og unges bruk av digitale medier og tilgangen til slike medier, også de negative opplevelsene. Medietilsynets rapport vil ha en viktig rolle senere i teorikapittelet.

En annen viktig rapport innen barn og unges bruk av digitale medier er EU Kids Online rapporten *Risk and safety on the internet: The perspective of European children* (Livingstone et al, 2011). Formålet med rapporten er å øke kunnskapen om barnas og foreldres erfaring knyttet til risiko rundt nettbruk, for på den måten å kunne redusere risikoen ved bruk av slike medier. Denne rapporten kommer jeg også tilbake til i teorikapittelet.

I tillegg til forskningen nevnt her kommer det også mye forskning på digital mobbing fra utlandet. Mye av den utenlandske forskningen kommer jeg til å se nærmere på i teorikapittelet (se avsnitt 3.2 s. 32).

2.1 TILTAK MOT “TRADISJONELL” OG DIGITAL MOBBING

For å kunne få et mer helhetlig bilde av hvordan mediene i Norge portretterer mobbing vil jeg vise til hvordan mobbing som et samfunnsproblem blir angrepet og forsøkt løst av ulike aktører. Disse aktørene fordeler seg mellom bedrifter, organisasjoner og statlige organer.

På det statlige plan er det *Manifest mot mobbing* som er det viktigste arbeidet som gjøres for å bekjempe mobbing. Manifestet er et samarbeid mellom mange ulike aktører, deriblant regjeringen, Utdanningsforbundet, Fagforbundet og Norsk Skolelederforbund (udir, 2011). Manifestet skal bidra til å sette mobbing på den nasjonale agendaen og der digital mobbing er hovedfokuset. Målet bak manifestet er å kunne gi alle barn og unge “...et godt og inkluderende oppvekst- og læringsmiljø med nulltoleranse for mobbing” (udir, 2011). I forbindelse med manifestet er det også satt opp en facebook-gruppe som setter fokuset på nettbølling (bølle, 2011).

AKTØRER SOM JOBBER MED BARN, UNGE OG NETTRELATERTE PROBLEMSTILLINGER

Det er mange aktører som har involvert seg i kampen om å bekjempe digital mobbing. Blant de viktigste aktørene som jobber med barn, unge og problemstillinger som er relatert til internettbruk finner vi *Medietilsynet*, *Røde Kors*, *Barnevakten*, *Barnombudet* og *Redd barna*.

Medietilsynet jobber for at barn og unge skal ha det trygt ved bruk av digitale medier. De har opprettet Trygg bruk senter, der de bistår med ressurser og rådgivning (Medietilsynet, 2011).

Røde Kors jobber med problemløsning og med rådgivning gjennom sitt samtaletilbud Kors på halsen. Samtaletilbudet gjelder alle under 18 år, der temaer som er aktuelle kan bli tatt opp og diskutert, deriblant digital mobbing (Røde Kors, 2011).

Barnevakten jobber med å gi råd om barn og medier, der visjonen er trygghet og brukerglede, der barn er i fokus og foreldre er målgruppen (Barnevakten, 2011).

Barneombudet jobber med problematikk rettet mot blant annet nett, der de finner svar på generelle spørsmål knyttet til krenkelses som mobbing og brudd på privatlivet (Barneombudet, 2011).

Barnerettighetsorganisasjonen *Redd Barna* jobber for å beskytte og styrke barnas rett mot krenkelses og seksuelle overgrep på nett, samt gi barn og unge nettvettregler som er lette å følge (Redd Barna, 2011).

SKOLEPROGRAMMER

Det foreligger mye informasjon som retter seg mot skolene hvor bevisstgjøring og forebygging av mobbing er hovedfokuset. Undervisningspakken *Du bestemmer* er et samarbeid mellom Teknologirådet, Datatilsynet og senter for IKT i utdanning hvor målet er å øke kunnskapen om personvern og heve bevisstheten rundt bruken av digitale medier blant ungdom, og der digital mobbing er blant temaene (Du bestemmer, 2011).

Ungdomsskoleturnén *Bruk Hue* har digital mobbing som hovedtema og er et samarbeids-prosjekt mellom Telenor, Røde Kors, Barnevakten og Medietilsynet (Bruk Hue, 2011a). Turneen ser nærmere på hva digital mobbing er, hva som kan skape en mobbesituasjon, hva man bør unngå å gjøre og hvilke psykiske men også juridiske konsekvenser digital mobbing kan ha (ibid.).

Av programmer som har hovedfokus på mobbing generelt, finner vi *Zero* (Zero, 2011) og *Olweus-programmet* (Olweus-programmet, 2011). Begge programmene jobber for å redusere mobbing på skolene gjennom å øke bevisstheten rundt dette problemet, og samtidig prøve å engasjere alle individene på skolen i arbeidet.

ANDRE SOM JOBBER MED DE MEST ALVORLIGE SAKENE

Blant andre viktige aktører jobber med digital mobbing men som ikke har dette problemet som hovedområde finner vi *Kripos*, *slettmeg.no* og *Konfliktrådet*. *Kripos* jobber med tips fra barn og unge som opplever å bli forsøkt lurt eller som er utsatt for seksuelle handlinger på internett (Kripos, 2011). *Slettmeg.no* er en tjeneste satt i gang av Datatilsynet der tjenestens formål er å bistå i å fjerne uønsket eller krenkende informasjon på nett (slettmeg.no).

Konfliktrådet jobber med konfliktløsning, der de gir partene som er involvert et innblikk i hvilke konsekvenser mobbing kan ha. Ved å fokusere på hva som skal til for å gjenopprette urett og krenkelser og samtidig utarbeide en plan på hvordan partene skal forholde seg til hverandre, prøver *Konfliktrådet* å løse problemet (Konfliktrådet, 2011).

PRIVATE AKTØRER

Blant private aktører som jobber med å bekjempe digital mobbing er det spesielt *Telenor* og *Microsoft* som skiller seg. *Telenor* har utviklet et mobbefiler til mobiltelefoner. Mobbefilteret er ment som en stopper som skal hindre brukeren i å mottatt uønskede meldinger og hvor tjenesten er enkel å ta i bruk samt er gratis (Telenor, 2011).

Microsoft er også en privat aktør som jobber mye med å forebygge digital mobbing og er en viktig samarbeidspartner til Medietilsynet (2011b). Sammen med Medietilsynet har de gjennomført flere undersøkelser som kaster lys på barns nettvaner. *Microsoft* har også lagt fram konkrete tiltak for å forebygge internettrelaterte overgrep mot barn og unge (Samuelsen, 2008).

3 TEORI

Jeg ønsker i dette kapittelet å trekke opp et teoretisk rammeverk for analysen av nyhetsmediene. I analysen av hvilket bilde mediene tegner av digital mobbing er det viktig å forstå hvordan mediene fungerer. Mye av teorien som jeg presenterer skal prøve å belyse dette – både mediene sett fra et maktperspektiv, som påvirkning og som sosial konstruksjon. Jeg skal i dette rammeverket også se på hvordan organisasjoner bruker mediene. Deretter ønsker jeg å se på hvordan academia presenterer digital mobbing. Hva er digital mobbing, hva kjennetegner den og hvilke konsekvenser har den?

3.1 MEDIETEORI

We didn't say journalists *fake* the news, we said journalists *make* the news. (Schudson, 1991:141, sitert i Allern, 2001:48)

Reflekterer sitatet over det som faktisk er realiteten for en journalist eller er virkeligheten mer kompleks? I dette avsnittet ønsker jeg å ta en nærmere titt på teori som omhandler medienes makt, påvirkning, som sosial konstruksjon og pressens kilder. Teorien vil danne grunnlaget for utformingen av kodeskjemaet og vil i analysen danne et fundament for å forstå hvordan nyhetsmediene presenterer digital mobbing.

3.1.1 MAKT OG MEDIER

Blant sentrale spørsmål som omhandler makt og medier, er hva nyhetsmediene spiller på når de lager en nyhetssak og hvordan skapes det samfunnstruende gjennom disse nyhetssakene, slik som digital mobbing kan være. Hovedmomentene skissert under vil legge føringen for hvordan analysen av digital mobbing skal gjennomføres, enten i lys av det individuelle mennesket eller i lys av institusjoner og organisasjoner. Presentasjonen som følger vil ha en mindre men viktig rolle i analyse om digital mobbing i nyhetsmediene.

Det foreligger mye forskning omkring makt og medier. I sin bok *Media Power: A Sociological Introduction* ser McCullagh (2002) nærmere på hvor mye makt og innflytelse mediene egentlig har i det moderne samfunnet. Som han presiserer prøver man i forskningen av mediemakt å forstå hvordan verden representeres gjennom mediene, hvordan innholdet produseres og hvordan publikum tolker og forstår innholdet som presenteres til dem (McCullagh, 2002:12). Denne medieskapt verden prøver Luhmann (2000) å se nærmere på i boken *The Reality of the Mass Media*. Han studerer massemediene som "...a key cognitive system through which modern society constructs the illusion of its own reality" (Luhmann, 2000). Det meste vi vet om samfunnet vårt vet vi fra massemediene understreker Luhmann (2000), men på den andre siden "...we know so much about the mass media that we are not able to trust these sources" (s. 1), og denne mistilliten til mediene er et problem når jeg skal studere hvordan nyhetskanalene dekker digital mobbing som et sosialt problem. Hvor troverdig er informasjonen og hvor kommer faktaene fra, er blant spørsmålene jeg kommer til å stille.

Den mest sentrale aktøren rundt temaet medienes makt er Mathiesen (2006) som i sin bok *Makt og medier* ser nærmere på medieforskningen. Som han påpeker strømmer det makt *fra* mediene, det finnes makt *bak* mediene, det er makt *rundt* mediene og det er makt *i* mediene (Mathiesen, 2006:19). Han påpeker at makt er en fundamental dimensjon hvis man skal forstå mediene, og uten denne makt-dimensjonen utelates det noe vesentlig i medieanalysen (Mathiesen, 2006:18).

Vi lever i et mediesamfunn der alle må forholde seg til medienes virksomhet, enten de liker det eller ikke (Waldahl, 2003:12). Er det for eksempel slik at mediene speiler folks meninger, eller former de dem (Dahl, 2004: 62)? Dette er et aspekt jeg mener kan være interessant å se nærmere på i forhold til hvordan mediene formidler informasjon om digital mobbing og hvilke holdninger befolkningen sitter igjen med overfor problemet.

Mathiesen (2006:147-151) viser gjennom seks punkter hva nyhetsmediene spiller på når de skaper en nyhetssak. Første punkt handler om *tilspissing*. Hvis en bok som handler om ungdommers hverdag i et lite avsnitt nevner at det skulle vært mulig å kjøpe hasj på apoteket, ville nyhetsmediene kunne slå det opp til "HASJ PÅ APOTEKET" og dermed skape mye debatt. Videre beskriver Mathiesen

nyhetsmedienes *forenkling* av saker. Komplekse budskap forenkles, mangfold begrenses, nyansene innskrenkes og det innviklede fremstilles enkelt og konsist. Et tredje punkt er *polariseringen*, som sier at; vil mediene holde på oppmerksomheten må kontrastene vises og dermed må de forholde seg til saker som tiltrekker seg oppmerksomhet, derav sistnevnte blir fjerde punkt, *intensiveringen*. *Konkretiseringen*, som er femte punkt, sier at det å fremstille et enkelt problem er mye enklere enn å vise til hva som er felles for en serie med problemer. Til slutt nevner Mathiesen at mediene spiller på *dramaturgi og fiendebilder*. Det er viktig å fremstille nyhetssaken dramatisk med saker som kan ha preg av serier som løper over dager, uker eller lengre perioder, ofte utstyrt med vignetter og bildeserier. De faste rollene og dramaturgien i nyhetssjangeren hjelper oss til å fortolke en kompleks og uforutsigbar virkelighet innenfor trygge og velkjente mønstre, påpeker Hågvar (2007:218).

Punktene skissert over illustrerer hva en nyhetssak spiller på for å vekke publikums oppmerksomhet, men lærer leseren noe av disse sakene? I kapittelet *Makten fra mediene: det dominerende paradigmet* prøver nemlig Mathiesne (2006:223) å svare på dette spørsmålet. Kan det være at mediene kanskje "...først og fremst fungerer gjennom den mer totale 'orientering' som budskapene inngir" (Mathiesen, 2006:223)? Han påpeker at "...totaliteten av medienes formidlinger sosialiseres til en bevissthet, et perspektiv, en virkelighetsforståelse [der] mediene ses som en sosialiserende "bevissthetsindustri" (Mathiesen, 2006:224). Det Mathiesen viser til er noe jeg kommer til å sette et kritisk søkelys på senere i diskusjonskapittelet. Er det tenkelig at enkeltstående budskap om mobbing ikke er særlig interessante for publikum, men at summen av mobbebudskapene, mønstrene som budskapet danner, sprer seg og gir publikum en mer generell forståelse av hva mobbing er og hvilken betydning den har for samfunnet?

Mathiesen (2006:226-232) viser til noen hovedkomponenter som skal illustrere bestemte mediefremstillinger ved makten *fra mediene*. *Det individuelle mennesket* står sentralt i dette bildet; politikeren personlig eller den enkelte sedelighets- eller voldsforbryter. Det individuelle mennesket som er i fokus beskrives i situasjoner som vil få store og langsiktige konsekvenser for individets *skjebne*, der en *enkelstående hendelse* er i fokus og der det *dramatiske* ved denne hendelsen vektlegges. I en slik hendelse vil ofte det *avvikende* være i sentrum, ofte presentert

negativt - den bestialske forbrytelsen, den ekle seksualiteten. Det sentrale blir dermed *det avvikende ved avvikeren* og fremheves spesielt, mens de “normale” trekkene hos disse individene, som kunne ha gitt et helhetlig bilde, der avviket finner sted, underkommuniseres.

Punktene skissert over benytte den idealtypiske metode “...dvs. å tenke oss en ‘rendyrket’ mediekonsument, og hvordan han eller hun vil oppfatte mediens presentasjon” (Mathiesen, 2006:225). Dahlgren (sitert i Mathiesen, 2006) beskriver fremgangsmåten slik:

[D]et å studere hva TV-nyhetene lærer fra seg, må ikke blandes sammen med hva som virkelig blir lært. Vår metode forsøker å streke opp den rene eller ideelle seer-bevissthet, dvs. produktet av en fullstendig vellykket sosialisering gjennom TV-nyheter. Åpenbart vil virkelig seer-bevissthet alltid bli dempet av sosiale og biografiske forhold og faktorer (s.226)

Altså vil nyhetene skape én form for bevissthet men samtidig skal man ikke glemme de andre faktorene som spiller inn i hverdagen vår, og som er med på å modellere denne bevisstheten. Kort sagt, vi lærer ikke *alt* fra nyhetsmediene.

I massemediene blir det individuelle mennesket, snarere enn samfunnsforhold og strukturer satt i sentrum når det generelle menneskebildet presenteres, og prototypen på dette menneskebilde finner vi hos *forbryteren* (Mathiesen, 2006:337). Å fokusere på det individuelle mennesket er trolig et ganske bevisst valg fra redaktører og journalisters side, da dette er med på å øke leser-, lytter- og seer-tall, og er det som selger (Mathiesen, 2006:234). Men samtidig ville det for eksempel vært mer “naturlig” for nyhetsmediene (når de oppfyller sitt krav som samfunnsvoktere) å ha med seg samfunnsforhold og strukturer som kan være årsaken til at forbryteren gjorde det han gjorde. På den måten ville vi fått et bilde som sier for eksempel at ran ikke er noe som er typisk og samtidig ville vi bli vist de mer normaliserte trekkene ved individet enn de avvikende. Vi ville på den måten ha fått et helt annet bilde av “forbryteren” mener Mathiesen (2006).

Mathiesen (2006:232) argumenterer for at det er de generelle slutninger om det samfunnstruende, det som er i ferd med å knekke samfunnet, eller deler av det, som får stor oppmerksomhet i mediene. Det er blant annet dette utvalgte bildet av det

farlige samfunnet vi inviteres til å reflektere og ta standpunkt til (Mathiesen, 2006:233). De refleksjonene vi er med på å ta kan bygge seg opp til langvarige moralske panikker, med dyptgripende sosiale konsekvenser (ibid:233). En illustrasjon på dette kan jeg trekke fra digital mobbing problematikken. Mediene presenterer digital mobbing som et problem som har opplevd stor økning og er svært vanlig blant barn og unge. I realiteten er det slik at den “tradisjonelle” mobbingen er fortsatt den dominerende formen og digital mobbing har på ingen måte eksplodert til å bli et stort problem – noe jeg kommer tilbake til senere i dette kapittelet (avsnitt 3.2.5 på s. 41).

3.1.2 MEDIEPÅVIRKNING

Det foreligger mye forskning rundt mediepåvirkning som er gjort blant forskere fra mange ulike disipliner, der blant annet spørsmål som påvirkningskraft på mediekonsumentene og hvor stor rolle mediene selv spiller i denne påvirkningen, er noen av disse. Teoriene som presenteres her vil i likhet med avsnittet om *makt og medier* ha en mindre men viktig rolle i analysen av digital mobbing.

I boken *Mediepåvirkning viser Waldahl* (2003) hvilke psykologiske og sosiale prosesser som ligger til grunn for medienes betydning i dagens samfunn. Waldahl kommer til å være en sentral kilde i dette avsnittet. Waldahl (2003) påpeker at “...alle tar i større eller mindre grad del i samfunnets kommunikasjonsprosesser, og ingen er upåvirket av deres forløp og innhold” (s. 11). Han poengterer videre at mediene spiller en viktig rolle i denne prosessen. De virker som et bindeledd mellom den enkelte individ og samfunnet der individets virkelighetsforståelsen blir formet gjennom et samspill mellom personlige og mediebaserte erfaringer (Waldahl, 2003:256). Han mener dermed at mediepåvirkning finner sted så og si kontinuerlig og at det stoffet mediene presenterer, men også ikke presenterer, danner samfunnets “felles kunnskap” (Waldahl, 2003:46). Kallevik (2007) belyser i boken *nyhetenes psykologi* at “...det å kunne påvirke en person, kan være både en god og farlig egenskap” (s. 94). Han ser nærmere i boken på hvordan nyhetene skapes, hvorfor vi er interessert i dem og hvordan vi oppfatter dem og forstår dem – og han har følgende å si om journalistens påvirkningskraft:

Journalister kan selv ha et ønske om å drive aktiv påvirkning. Noen gjør det ut fra en samfunnspolitisk overbevisning, andre av ren egeninteresse. Det er også dem som driver påvirkning, uten at de selv tenker over det. For selvsagt er det også andre som gjerne vil at journalistene skal danse etter deres pipe og fatte interesse for deres sak. (Kallevik, 2007:94).

Det vil være viktig for oppgaven å forstå denne påvirkningskraften mediene og journalistene har på det nyhetsstoffet forbrukere blir presentert. Er det slik at den “felles kunnskapen” vi danner oss av digital mobbing er planlagt – driver journalisten med aktiv påvirkning? Selv om oppgaven ikke kan besvare dette spørsmålet er det viktig å forstå at en slik påvirkning eksisterer og gir meg grunnlag til å være skeptisk når jeg setter i gang med analysen.

I følge Waldahl (2003:214) er publikums muligheter til å holde seg orientert om det som skjer i samfunnet begrenset. Det er mange som vil meddele noe i offentligheten men de finner liten plass for å gjøre det, og det avgjørende spørsmålet blir da nettopp hvordan få sin sak på samfunnets dagsorden. Waldahl (2003) påpeker at det er en “...kausalsammenheng mellom mediernes vektlegging av saker og disse sakenes plass i den offentlige debatten” (s. 215). Dermed mener Waldahl (2003:216) at gjennom mediernes prioritering av aktuelle saker påvirker de publikums vektlegging og valg av saker og diskusjonstema. Dette formuleres best av Cohen (1963, sitert i Waldahl, 2003:216), “Selv om mediene ikke forteller publikum så mye om hvilke meninger de skal ha i bestemte saker, er de flinke til å fortelle hva publikum skal mene noe om”.

Waldahl (2003:298) mener det er et samspill mellom mediene og samfunnsinstitusjonene, som må vurderes som en integrert del av samfunnet de virker innenfor. Han mener derfor at ingen organisasjoner er uberørt av mediene og dermed må ta hensyn til deres “...tilstedeværelse i sin utadrettede virksomhet, i organisasjonen av sitt interne arbeid og i utarbeidingen av strategier og målsettinger” (s. 267). Organisasjoners forhold til offentligheten er dermed endret på grunn av mediernes interesse for alle samfunnets sider (Waldahl, 2003:271). Konsekvensene av dette mener Waldahl (2003:272) er at organisasjonene prioriterer løsrevne enkelttiltak framfor integrerte helhets-løsninger. Det blir dermed interessant for oppgaven å se om

de sakene som en organisasjon presenterer i nyhetsmediene er løsevne tiltak framfor integrerte helhetsløsninger ovenfor digital mobbing som et problem.

3.1.3 NYHETSMEDIENES SOSIALE KONSTRUKSJON

I tråd med problemstillingen vil det være viktig å forstå hvordan nyheter som sosial konstruksjon kommer fram i artiklene jeg analyserer. Det blir først og fremst viktig å forstå at måten forskning formidles på i mediene ofte er ulik den academia presenterer.

Den offentlige diskurs er i stor grad basert på medieinnhold. Conrad (1997) ser i artikkelen *Public Eyes and Private Genes* nærmere på hvordan gener blir fremstilt i mediene og trekker eksempler fra debatten rundt “det homofile genet”, alkoholisme som genetisk arvelig og debatten rundt eventuelle gener som bestemmer IQ. Han belyser at medieinnholdet i den offentlige diskurs inkluderer mange ulike former, deriblant nyheter, tv-programmer, filmer, skjønnlitteratur/bøker, internett og organisasjoner. Han mener dermed at offentligheten sett på som “the public eye” formes av mediene som gjennom sitt daglige arbeide med reklamer og kampanjer prøver å påvirke publikums oppfatning og forståelse av ulike sosiale problemer – slik som det i mitt tilfelle vil være digital mobbing. Jeg kan med dette si at vi griper fatt i sosiale problemer på bakgrunn av hvordan de belyses i offentligheten og der mye av denne kunnskap kommer fra nyhetsmediene. Men hvor nøyaktig er den informasjonen vi blir presentert for?

At mediene gir oss informasjon er ikke noe nytt hevder McCullagh (2002:14), men den store diskusjonen ligger i mengden og kvaliteten på den informasjonen. Han påpeker at når vi tenker på den informasjonen som media bringer til oss så har vi to argumenter å forholde oss til “...one is that the information is a direct reflection of the world or of social reality; the other is that the media account of reality is a selective one” (McCullagh, 2002:16). Sosiologer har valgt seg en mengde undersøkelsesstrategier for å studere hvilken type informasjon mediene presenterer og resultatet er at de betrakter media som *selektive* (McCullagh, 2002:22).

I boken *Nyhetsverdier* ser Allern (2001) på markedsorienteringen og journalistikken i ti norske aviser der han påpeker at “...journalistikken påvirker våre

bilder og vår tolkning av det som skjer i samfunnet og spiller dermed en mer eller mindre bevisst rolle som normsetter og oppdrager” (s. 66). Journalistikken i nyhetsmediene påvirker dermed samfunnets dagsorden, som Allern (2001) påpeker:

Ved å framstille noe som overraskende eller sensasjonelt, forteller mediene oss samtidig noe om hva som er normalt. Vi får *punktbelysning* av virkeligheten, en jevn strøm av små, løsrevne informasjonsbiter der perspektivet ensidig konsentreres om det som skjer akkurat nå (s. 68)

Det som Allern belyser her, ser jeg på som svært interessant for analysen senere. Hvis det er slik at nyheter om digital mobbing kommer i små bruddstykker, litt her og litt der, hvordan blir da det samlede bildet av dette problemet? Som jeg har stilt spørsmål om tidligere, er kanskje alle disse små bruddstykkene med på å skape et større bilde av digital mobbing og spørsmålet blir da hvilket?

Hovedoppgaven til journalisten er verken å påvirke eller å reflektere, men å informere (Arvid Jackobsen, sitert i Allern, 2001:47). Denne informasjonen som omfatter både hendelser og saksforhold, blir til nyheter av at journalisten tolker, tilrettelegger og prioriterer nyhetssaker (Allern, 2001:52). Journalisten blir altså et mellomledd mellom publikum og “virkeligheten”, og er dermed kilden til det meste vi får vite om samfunnet vårt (Fossum og Meyer, 2008:95). Allern (2001:48) betrakter dermed journalistikk som en “sosial konstruksjon av virkeligheten”. På bakgrunn av dette skaper vi våre meninger om viktige hendelser og sosiale problemer – mening blir dermed en sosial konstruksjon som finner sted i en bestemt kontekst (Waldahl, 2003:50). Elementer av forenkling er også en del av journalistikken, men som ikke er det samme som fordumming, påpeker Allern (2001:36). Journalisten skaper enkelt og greit et rammeverk som hjelper dem å produsere, rapportere og presentere store mengder informasjon fort og enkelt (Conrad & Markens, 2001: 375). For diskusjonen som følger i kapittel 6 blir det interessant å se hvordan journalisten forholder seg til dette rammeverket når fakta og “begge sider av saken” skal presenteres i de artiklene som skal analyseres senere.

Hvilket bilde skaper nyhetsmediene av forskning? Tidsskrifter og en del aviser bidrar sterkt til formidlingen av nyheter omkring forskning hvor ofte komplekse og ikke entydige funn må presenteres på en forståelig, interessant og lesbar måte (Conrad, 1997:141). For folk flest blir da kunnskapen av forskningen det de får av informasjon gjennom nyhetsmediene. Som Nelkin (1995, sitert i Conrad, 1997) påpeker “Science writers, in effect, are brokers, framing social reality for their readers and shaping the public consciousness about science-related events” (s. 142). Disse journalistene blir ofte anklaget for å vri på forskningsfakta gjennom å presentere unøyaktige, sensasjonelle eller ubalanserte rapporter, og media blir kritisert for å presentere et ukritisk og overentusiastisk syn på nye oppdagelser innen forskningen (Conrad & Markens, 2001: 376). Fossum og Meyer (2008) mener derfor at det er viktig av journalisten å forstå at tall og statistikk ikke nødvendigvis er rene og sikre uttrykk for samfunnsmessige forhold, “...før vi sier at tallenes tale er klar, må vi undersøke hva tallene faktisk er uttrykk for, og hvor de er hentet fra” (s. 147). I analysen om digital mobbing blir det dermed viktig å forstå hvordan forskning presenteres i nyhetsmediene. Er det slik at mediene blåser opp forskningsresultater enten til det absolutt positive eller negative? Kan tallene som presenteres i en nyhetsartikkel være hentet fra sikre kilder og dermed være representativt for digital mobbing som et problem?

3.1.4 PRESSENS KILDER

I artiklene jeg skal analysere vil det være viktig å se på hvem som kommer til orde. Det er med andre ord viktig at jeg ser på hvem som er journalistens kilder. Som sitert tidligere står det i Vær Varsom-plakatens punkt 3.2 at “Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysningene som gis er korrekte” (VVP, 2006).

I boken *Er nå det så sikkert?* setter Fossum og Meyer (2008) et søkelys på det mangfoldet av problemer som dukker opp i arbeidet med kilder og kildemateriale. De poengterer at en journalist skal bruke kildematerialet til å belyse og forklare virkeligheten, og at det samtidig er viktig å forstå at det ikke finnes kilder som forteller noe helt objektivt, helt upartisk eller helt nøytralt (Fossum & Meyer,

2008:205). Jeg kan dermed stille meg spørsmålet; hvor troverdig er den informasjonen vi får presentert om digital mobbing i artikkelen, kommer det nok kilder fram til å belyse problemets alle sider?

I presentasjonen som følger om journalistens kildevalg vil jeg i hovedsak forholde meg til Allerns (2005) artikkel *Kildene og mediemakten*. Her ser han nærmere på mediernes makt over innholdet med særlig vekt på forholdet mellom redaksjoner og profesjonelle kilder. Artikkelen hans belyser områder jeg finner interessante å se nærmere på i forhold til nyhetsartiklene jeg senere skal analysere. I artikkelen vil jeg også finne relevante spørsmål som jeg kan trekke inn i analysen senere. Dette vil være spørsmål som blant annet spør om hvor journalisten finner kildene sine.

Kildene spiller en viktig rolle i mediernes konstruksjon av samfunnet. Kort sagt, “det mediene unnlater å ta opp, marginaliseres i samfunnsdebatten” (Allern, 2005:273). De utøver dermed en redigerende, beskrivende og definerende makt (Allern, 2005:302). Blant annet er det journalistens kildevalg som signaliserer hvilke institusjoner og personer som det er lurt å lytte til og dermed har kildevalget en avgjørende rolle for hvem som er i eller ute av fokus i samfunnet (Allern, 2005:273/66).

Hvem som kommer til orde i en presstekst gjennom journalistens åpne kildevalg er viktig – men like viktig er hvem som ikke kommer til orde, altså hvilke kilder journalisten bruker men ikke viser til og hvilke som ikke engang er konsultert (Hågvar, 2007:87). Men samtidig viser generelle trekk ved kildebruken i journalistikken at den er “ikke aktiv undersøkende, men passiv refererende, bygd på én eller få kilder, og informantene er overveiende hentet fra ledelsen i næringslivet, bedrifter og organisasjoner” (Allern, 2005:287-288). Med andre ord, mener Allern (2001:170) at kildebruken er “topptunge”.

Fossum og Meyer (2008:91) mener at det florerer med én-kilde-journalistikk i norsk presse og der det ofte skulle vært brukt flere kilder brukes det bare én. Som de understreker er bruken “...av bare én kilde utilstrekkelig hvis vi skal bygge opp et bilde av et mer komplisert situasjon, eller hvis vi skal fastslå et omstridt faktum, ikke minst dersom vi må forlite oss på beretninger om hva som har skjedd” (Fossum og

Meyer, 2008:209). Det blir derfor viktig for meg å se på antall kilder som brukes i en artikkel som omhandler digital mobbing.

Mange av de redaksjonelle tjenestene kjøper nyhetsredaksjonene fra ett eller flere nyhetsbyråer – slik som NTB, A-pressen, Avisenes pressebyrå etc. (Allern, 2001:65). Fra et økonomisk perspektiv gir dette type nyheter som er svært billige å produsere fordi de enkelt og greit er “servert på fat” og dermed har lettere for å bli trykket i avis eller lagt ut i nettavisen (Allern, 2001:65). Men Allern (2001:64) understreker at de mest vanlige kildene er representanter for organisasjoner og institusjoner, og individer som er “autoriserte viterer”. Blant disse finner vi ulike typer eksperter og talsmenn for ledende institusjoner og organisasjoner som gir faktaopplysninger, men også tolkninger og synspunkter som representerer bestemte interesser og verdier (Allern, 2001:64; McCullagh, 2002:66). Og hvorfor bruker nyhetsmediene slike kilder? McCullagh (2002) mener at årsaken til det er at:

...such sources solve a number of production and newsgathering problems; most notably, they solve the problem of verification because stories originating with official sources are by definition ‘reliable’ [and by] reporting on them is, in effect, a way of appearing to keep power under scrutiny” (s. 67).

For meg blir det dermed viktig å se hvor nyhetssaken er hentet fra og hvilke organisasjoner og “autoriserte viterer” kommer til orde gjennom artiklene jeg velger å se nærmere på.

3.2 DIGITAL MOBBING

Take sides. Neutrality helps the oppressor, never the victim. Silence encourages the tormentor, never the tormented.

(Wiesel, 1986, sitert i Orpinas & Horne, 2006:3)

Jeg skal i dette kapitlet presentere et teoretisk rammeverk for analyse av digital mobbing. Dette vil basere seg på forskning rundt digital mobbing og vil være utgangspunktet for kodeboken (se avsnitt 4.3 s. 62), analysen (se kapittel 5 s. 93) og diskusjonen (se kapittel 6 s. 114) senere i oppgaven.

3.2.1 DEFINISJON

Selv om det er mange fellestrekk mellom “tradisjonell” og digital mobbing, er ulikhetene også mange. Et naturlig steg vil være å først definere “tradisjonell” mobbing, for så å definere digital mobbing. På den måten vil ulikhetene komme tydelig fram, og jeg kan dermed vise til hva som karakteriserer digital mobbing.

“TRADISJONELL” MOBBING

De fleste definisjonene man finner på “tradisjonell” mobbing stammer enten fra Olweus eller Roland sine studier på mobbing. Olweus (1992), som er ansett som en av de fremste forskerne innen forskning på mobbing, definere mobbing på følgende måte: “En person er mobbet eller plaget når han eller hun, gjentatte ganger og over en viss tid, blir utsatt for negative handlinger fra en eller flere andre personer” (s. 17). Negativ handling blir definert som når noen med hensikt påfører en annen person skade eller ubehag. Rolands (2007) definisjon på “tradisjonell” mobbing er: “...fysisk eller sosiale negative handlinger, som utføres gjentatte ganger over tid av en person eller flere sammen, og som rettes mot en som ikke kan forsvare seg i den aktuelle situasjonen” (s. 25). “Tradisjonell” mobbing kan enten være direkte eller indirekte, der den direkte mobbingen karakteriseres som fysisk eller verbal aggresjon og den indirekte mobbing som ryktespredning, sosial aggresjon og ekskludering (Slonje & Smith, 2008:147; Olweus, 1992:18; Shariff, 2009:31-35; Willard, 2007:29).

DIGITAL MOBBING

Hva er digital mobbing og hva karakteriserer den? Både Kowalski et al. (2008) og Shariff (2009) mener at å definere digital mobbing med en eller to setninger ikke vil være mulig fordi den ikke kan dekke nyansene og kompleksiteten dette problemet har. Kowalski poengterer at digital mobbing “casts a wide net that captures a number of different types of behaviors” (Kowalski et al., 2008:46), og at en enkel definisjon dermed ikke strekker til. Shariff (2009:42) understreker at definisjonene av digital mobbing, har til felles at de nevner kommunikasjons-teknologier samt nye medier som verktøy for gjentakende og systematisk mobbing. Han understreker også at man ikke kan legge skylden på mediene, og “that the medium of cyberspace simply provides an avenue for expression of the message” (42). Hinduja og Patchin (2008) argumenterer for det samme. Deres funn indikerer at faktorer som assosieres med “tradisjonell” mobbing også er ingredienser i digital mobbing og viser at internett bare er et nytt verktøy innen mobbeproblematikken (Hinduja & Patchin, 2008:149). Er da digital mobbing bare et gammelt problem i en ny innpakning? Shariff (2009:42) mener at selve budskapet er den samme som når “tradisjonell” mobbing inntreffer i den offline verden.

På basis av definisjonene til McQuade et al. (2009:2), Kowalski et al. (2008:1) og Willard (2007:5), som skiller seg i liten grad fra hverandre, har jeg satt sammen en definisjon som jeg vil adoptere og bruke videre i oppgaven. Jeg vil dermed definere *digital mobbing* slik; handlinger som er ment for å plage, intimidere, true, latterliggjøre, skape sinne og/eller harme hos offeret, der handlingene er bevisste og påført ved bruk av digitale medier.

Vi finner mange likhetstrekk mellom definisjonene av “tradisjonell” mobbing og digital mobbing, slik som aggressiv oppførsel, ubalanse i styrkeforhold og repeterende oppførsel (Kowalski et al., 2008:62). Sistnevnte kan i utgangspunktet ha vært én enkel handling som over lengre tid på internett har fått en stor tilskuermasse, blitt kommentert, latterliggjort og modifisert for fornøyselsens skyld. Denne delen skiller seg fra den mer “tradisjonelle” formen for mobbing der kun et fåtalls tilskuere er til stede.

Digital mobbing har en del karakteristikk som ikke er en del av den “tradisjonelle” mobbingen. Internett og mobiltelefoner har blant annet gjort mobbing

til en svært enkel aktivitet i så måte. Digital mobbing kan både arte seg direkte og indirekte (Kowalski et al., 2008:44). Et direkte angrep kan være å sende en melding til offerets mobiltelefon, mens et indirekte angrep kan være å få andre til å mobbe uten, eller med deres viten. Et eksempel på et indirekte angrep kan være å lure til seg informasjon fra offerets profil på et sosialt nettsted, utgi seg som offeret for så å gjøre såpass mye tull/hærverk at nettsidens administratorer stenger profilen. Offeret blir dermed utestengt fra nettsiden og administratoren har indirekte bidratt til å mobbe offeret, dette omtales også som mobbing ved proxy (Kowalski, 2008). Jeg skal nedenfor presentere tre karakteristikk områder som skiller den tradisjonelle og digitale mobbingen.

En side ved digital mobbing som ikke er tilstedeværende ved “tradisjonell” mobbing er troen på å kunne være anonym. Anonymitet, som nettet muliggjør, kan få individer til å gjøre ting som de ellers ikke ville ha gjort hvis identiteten deres var kjent (Kowalski et al., 2008:64; Willard, 2007:282; Shariff & Churchill, 2010; McQuade et al., 2009:38). Denne mangelen på hemninger “...makes it more difficult to control impulsive behavior, because the consequences of inappropriate behavior are not instant or immediately clear to the actor” (Hinduja & Patchin, 2009:21).

Ved digital mobbing har man også muligheten for å nå en uendelig mengde med tilskuere (Hinduja & Patchin, 2009; Shariff & Churchill, 2010; McQuade et al., 2009:37). Årsaken til dette ligger i de virale (sprednings-/delingsmuligheter) egenskapene til nettet, samt muligheten til å sende sårende og ydmykende meldinger til et stort publikum på svært kort tid (Hinduja & Patchin, 2009:23). Disse egenskapene kan også ha uheldige konsekvenser for dem som ikke ønsket å få et stort publikum, og som McQuade et al. (2009:X) definerer som “piling on”, der handlingen enkelt og greit spinner ut av kontroll og går sin seiersgang på nett. Tilskuerne blir da en viktig del av mobbingen (Kowalski et al., 2008:64), og en stor påkjenning for offeret – der det både blir vanskelig å spore hvem som startet spredningen av informasjonen og også umulig å “kjeft” på alle som har vært tilskuer.

Ved “tradisjonell” mobbing ville hjemmet ofte være et sted der offeret kan komme seg unna mobberne, med digital mobbing er dette ikke lengre tilfellet (Slonje & Smith, 2008). Den fysiske avstanden til offeret gjør det mulig å si ting som man ikke turte å si i en ansikt-til-ansikt situasjon (Hinduja & Patchin, 2009:20). De

elektroniske enhetene muliggjør kontakt med personer uansett hvor de enn måtte befinne seg og uansett tid på døgnet (Hinduja & Patchin, 2009:24). Så selv om avstanden mellom den som mobber og offeret viskes ut i den virtuelle verdenen, så ser likevel ikke mobberen konsekvensene av sine handlinger. Dette medfører at det ikke skapes empati mellom mobber og offer (Slonje & Smith, 2008; Willard, 2007:282; Shariff & Churchill, 2010).

For meg blir det i analysen viktig å kunne se hvilke karakteristikk om digital mobbing jeg finner igjen i nyhetsmediene. Kommer det for eksempel tydelig fram hva digital mobbing er i avisene og finner vi eventuelt noen definisjon på den?

3.2.2 DIGITALE MOBBEFORMER

Digital mobbing skjer på en arena hvor nye kulturelle former skapes hver dag og der gamle ideer tar på seg ny innpakning (McQuade et al., 2009:74). I utarbeidelsen av de ulike digitale mobbeformene har jeg i hovedsak forholdt meg til Kowalski et al (2007), Willard (2007) og Hinduja & Patchin (2009). Jeg vil mene at formene jeg presenterer nedenfor dekker i stor grad de ulike mobbeformene digital mobbing kan ta.

TRAKASSERING (*Harassment*) er gjentakende og kontinuerlig sending av krenkende og støtende meldinger, som ofte er ensidige og initiert av flere individer samtidig (Willard, 2007:6; Kowalski et al., 2007:47). Denne formen for digital mobbing anses som lett gjenkjennelig i sin form og som oftest skjer den gjennom personlige kommunikasjonskanaler, som bl.a. e-post og mobiltelefoner, eller gjennom offentlige kanaler, som chatterom og diskusjonsfora (Kowalski et al., 2007:47).

FLAMING er en kortvarig og intens diskusjon eller krangel om et tema som ofte er gjennomført på offentlige diskusjonsfora, chatterom eller i spill, og som kan ende med trusler om vold og hevn (Willard, 2007:6; Kowalski et al., 2007:47).

TROLLING baserer seg på det samme som *flaming*, men her rettes angrepet som oftest mot en enkeltperson og ikke et opphetet tema. Offeret blir bombardert med skjellsord

som kan være sårende og krenkende, og angrepet kan stamme fra flere individer (Hinduja & Patchin, 2009:37; McQuade et al., 2009:69).

IDENTITETSTYVERI (*Impersonation*) går ut på at gjerningsmannen utgir seg selv for å være offeret, ved å stjele brukernavn og passord til offerets nettprofil; uttrykke seg negativt, frekt og upassende til offerets venner eller sette offeret i et dårlig lys (Kowalski et al., 2008:48, Willard, 2007:8; Hinduja & Patchin, 2009:38). Eksempler på dette kan være å sende trusler til andre, legge igjen falsk informasjon om offeret, eller å spre falske rykter (Willard, 2007:8).

INFORMASJONSAVSLØRING (*Outing*) er å dele personlig informasjon som er sensitiv og pinlig, sendt med fortrolighet, med andre personer som i utgangspunktet ikke skulle ha innsyn i slik informasjon (Willard, 2007:9; Kowalski, 2008: 49). Den kan også arte seg som et bedrageri der sensitiv informasjon blir lurt ut av offeret og deretter distribuert til andre (Willard, 2007:9; Kowalski, 2008:49).

HAPPY SLAPPING er direkte tilknyttet “tradisjonell” mobbing, der en gruppe ungdommer filmer seg selv når de banker opp et tilfeldig offer og så legger filmsnutten på nett (Kowalski, 2008:51; Hinduja & Patchin, 2009:39).

NETTFORFØLGELSE (*Cyberstalking*) karakteriseres av at man gjentatte ganger sender skadelige/grove meldinger som inneholder voldstrusler, utpressing, eller er svært skremmende, støtende og krenkende, med formålet å ødelegge offerets vennekrets eller rykte (Willard, 2007:10, Hinduja & Patchin, 2009). Det kan være vanskelig å skille mellom *nettforfølgelse* og *trakassering*, men Willard (2007) mener at skillet krysses i det momentet offeret frykter for sitt liv og helse. Kowalski et al. (2008) på sin side mener at *trakassering* oppfattes som *nettforfølgelse* i det voksne personer blir involvert, og utdyper det videre med at “...adult cyber-harassment or cyberstalking is NEVER called cyber bullying” (Aftab, 2006, sitert i Kowalski et al., 2008:43). Jeg vil selv bruke begrepet nettforfølgelse videre i oppgaven. Det er viktig å påpeke at det ligger en gråsoner mellom hva som er *nettforfølgelse* og hva som er *trakassering* og det kan tenkes at den ene fører til den andre.

EKSKLUDERING (*Exclusion*), også referert til som “sosial død”, vil si å stenge ute en person fra en gruppe han eller hun ønsker å ha en tilhørighet til (Willard, 2007:9; Kowalski et al., 2008:49). Å bli ekskludert kan ha store emosjonelle konsekvenser for offeret, og kan blant annet forekomme i online spill, lukkede diskusjonsforum, på sosiale nettsider og i chat.

SEKSUELL TRAKASSERING deles inn i tre kategorier: 1) *kjønnsdiskriminering*, 2) *uønsket seksuell oppmerksomhet*, og 3) *seksuell tvang* (Barak, 2005, sitert i Shariff, 2009:49). Både kategori 1 og 2 kan være tilknyttet digital mobbing, hvor den siste mest sannsynlig er en kriminell handling og ikke inngår i digital mobbing teorien.

ÆREKRENKELSER/VANÆRE/SNAKKE NEDSETTENDE (*Denigration*) er å legge ut sjenerende, usanne og ondskapsfull informasjon om en person på nett (Willard, 2007:7; Kowalski et al., 2008:48). Informasjonen er ikke direkte rettet mot offeret, men hans/hennes sosiale krets. Dette gjøres blant annet gjennom *rykte- og sladderspredning* (Willard, 2007:7), der e-post, SMS-meldinger og sosiale nettsider er hyppig brukt (Hinduja & Patchin, 2009:36). Andre former for ærekrenkelser kan gjøres igjennom *photoshopping*, som vil si å sette sammen et krenkende bilde av offeret i et bilderedigeringsprogram og så legge det ut på nett (Hinduja & Patchin, 2009:35).

NETT KRIMINALITET er ofte et resultat av de overnevnte mobbeformene. Herring (2002, sitert i Shariff, 2009:50) formulerer fire typer nettkriminalitet:

1. Online kontakt som ender med offline misbruk, dette gjelder for det meste alle formene nevnt over
2. Nettforfølgelse, som nevnt over
3. Online trakassering
4. Degraderende representasjon av kvinner som inviterer til ærekrenkelser og seksuell trakassering

Det som var ment som en “fleip” kan fort utarte seg til å bli en kriminell handling uten at man er klar over det. Mange av formene ender ofte i denne kategorien og jeg kommer blant annet til å stille spørsmål i analysen om de ulike nyhetssakene definerer mobbeepisoden som en kriminell handling.

3.2.3 TEKNOLOGI

Nye medier muliggjør nye former for mobbing (McQuade et al., 2009:xii), og gjør også mobbeprosessen enklere for mobberen (Hinduja & Patchin, 2009:20). Mobberen kan sitte hjemme og sende en SMS eller sitte å chatte med venner i trygge omgivelser og samtidig påføre offeret store psykiske skader. Den digitale mobbingen er muliggjort fordi bredden av ulike kommunikasjonsteknologier som mobberen har til rådighet er stor (ibid:19).

Digital mobbing baserer seg på bruken av mange ulike kommunikasjonsmodaliteter, der blant annet mobiltelefoner, smart-telefoner, leserbrett og datamaskiner er teknologier som er mye brukt. Disse teknologiene brukes så til mange ulike kommunikasjonsaktiviteter, der de mest brukte for digital mobbing er: *e-post*, *instant message* (IM, chatte-programmer), *chatterom*, *sosiale nettsider* (SNS - “Social Networking Sites”), *bloggsider*, egenlagde *hjemmesider*, *diskusjonsforum*, *online spill* (virtuelle verdner og MMORPG - “Massively Multiplayer Online Role-Playing Game”), *avstemningssider* (deiligst.no), *SMS*, *MMS* og *video* på mobil (Hinduja & Patchin, 2009; Kowalski et al., 2008; Willard, 2007; McQuade et al., 2009).

Disse aktivitetene tillater mobberen å sende plagende/krenkende e-post og chattemeldinger, de kan legge ut fornærmende og ærekrenkende beskjeder på diskusjonsfora og sosiale nettsteder, og i tillegg er det enkelt å lage egne nettsider for å promotere og spre æreskrenkende innhold. Med dagens mobiltelefoner er det heller ikke vanskelig å ta bilder, lyd og video for så å sende ondsinnede tekstmeldinger til andre mobiltelefoner eller laste det direkte opp på internett (Hinduja & Patchin, 2009:19).

Den største delen av aktiviteter på nett skjer innen “social computing”, dvs på sosiale nettsteder, online spill, blogger og diskusjonsfora (McQuade et al., 2009:12). Det er også disse aktivitetsarenaene som bidrar mest til anonyme kommentarer,

negativ informasjonsspredning rykte- og sladderspredning samt identitetstyverier (Hinduja & Patchin, 2009:90). På internett er valget mellom ulike mobbemetoder så og si ubegrenset, siden nye plattformer for kommunikasjon mellom individer stadig blir utviklet. For å ikke virke alt for teknologideterministisk, som gjerne blir “brukt for å beskrive en uheldig strategisk tenkning knyttet til implementering av ny teknologi” (Baltzersen, 2008:2), er det interessant å stille seg spørsmålet: er det teknologien som muliggjør digital mobbing eller er det omvendt? Selv om det ikke er vektlagt i oppgavens problemstilling, er det sikkert at uten teknologien ville ikke digital mobbing kunne eksistere.

3.2.4 DIGITAL MOBBING - ÅRSÅK OG KONSEKVENNS

Å forstå årsakene eller konsekvensene bak digital mobbing er et felt som få medieforskere har studert tidligere. Det foreligger mye litteratur på forskningsfeltet rundt mobbing som mange medieforskere har benyttet seg av for å belyse konsekvensene digital mobbing har på offeret. Det er også mange forskere fra andre felt som bruker medieteorier i forskningen deres på digital mobbing. Hinduja og Patchin (2009:73) som begge er professorer innen kriminologi og strafferett, mener det er flere årsaker til at noen driver med digital mobbing. Mobberer kan ha lært det fra andre, eller det kan være en form for avspenning for å overleve en hektisk hverdag. Den kan også ha opphav i ulike personlighetstrekk der noen blant annet liker å mobbe eller gjør det for å hevne seg på noen.

Det skilles mellom dem som *mobber* og to kategorier for offer, 1) den *passive/underdanige offeret* og 2) den *provokative* eller *mobber/offer offeret* (Kowalski et al., 2008:24). Hvert offer og mobber er unike fra hendelse til hendelse, men forskning viser at de fleste av disse individene, som enten *mobber*, er *offer* eller er *offer og mobber* har noen felles karakteristika.

I korte trekk kan man si at **MOBBEREN** er impulsiv, mangler empati, har en dominerende personlighet og mange er fysisk sterke med høy selvtillit (Willard, 2007:33; Kowalski et al., 2008:29-30). De kan også ha vært offer for vold i hjemmet, eller ha opplevd mangel på foreldreinvolvering eller foreldrekontroll (Shariff, 2009:37; Roland, 2007:45). Roland (2007:50) peker også på at plagerne skårer høyt

på aggressivitet, som er en tendens til å vise aggresjon, og det er aggresjon som peker seg ut som den viktigste årsaken til å plage andre.

Det *PASSIV/UNDERDANIGE OFFERET* er ofte en stille person som er forsiktig, sensitiv usikker og har vanskeligheter med å hevde seg. Personen gjør ingenting for å provosere fram et angrep, men gjør heller ingenting for å stoppe det (Willard, 2007:34; Kowalski et al., 2008:25; Shariff, 2009:37).

Det *PROVOKATIVE eller MOBBER/OFFER OFFERET* er et offer for mobbing, men mobber selv yngre eller svakere individer. De kan provosere en person til å mobbe, slåss tilbake for så å hevde at det var i selvforsvar (Willard, 2007:34; Kowalski et al., 2008:25; Shariff, 2009:37).

KONSEKVENSER OG ÅRSÅK TIL MOBBING

For offeret kan mobbing føre til mange uheldige konsekvenser, deriblant, mentale og psykiske problemer, synkende prestasjoner på skolen, større risiko for å bli engstelige, deprimerte, ha frykt eller angst, lav selvtillit og ha større risiko for å ha selvmordstanker (Kowalski et al., 2008:26; Shariff, 2009:37; Roland, 2007:47). “Muskel-skjelett-plager, depresjoner og selvmordstanker er trolig ikke viktige risikofaktorer [for kortvarig mobbing], men i stor grad et resultat av langvarig mobbing“ (Roland, 2007:58). I følge Kowalski et al. (2008:29), kan offeret vise til flere tegn på at han eller hun blir mobbet, deriblant, kan offeret ha få eller ingen venner, redd for å gå på skolen og klager på fysiske plager som mageknipe eller hodepine.

Det kan være flere årsaker til at noen mobber. I sin forskning har Roland (2007) kommet fram til at det er liten sammenheng mellom plagerollen og utseende, klær eller dialekt, men det blir ikke sett bort i fra at plagerne kan bruke dette mot mobbeofferet, som en del av spillet (Olweus, 1974, 1993, sitert i Roland, 2007). Hinduja og Patchin (2009) har i sine studier prøvd å kartlegge ulike årsaker til hvorfor ungdom går i gang med digital mobbing. De viser til flere årsaker, som blant annet: hevn, “fordi de fortjener det”, for gøy, “jeg hater dem”, “fordi andre gjør det”, “fordi de plager meg på skolen”, og for å få ut aggresjon (Hinduja & Patchin, 2009:72; Kowalski et al., 2008:59). Selv om det i følge Kowalski et al. (2008:59), er mangel på empirisk data rundt motivasjonen til mobbing på nett blant ungdom viser

fokusgruppene deres at motivasjonen blant annet kan ha grobunn i; kjedsomhet, makt, gjerrighet (meanness), hevn for å være mobbet, oppmerksomhet, se tøff og kul ut, det er “tryggere” å mobbe på nett fordi man kan være anonym, det er enklere fordi du ikke ser personen du mobber ansikt til ansikt, og gleden i å påføre andre smerte.

På grunnlag av motivasjonsfaktorene deler så Kowalski et al. (2008:60) mobberne inn i fire ulike typer: *the vengeful angle* (hevnens engel) ser på seg selv som en person som skal gjøre noe godt igjen, med å slå tilbake på plagerne, enten for plager som har blitt påført dem selv eller andre. *The power-hungry* (den makt hungrige) er en person, som har mange fellestrekk med den “tradisjonelle” mobberen, som ønsker å vise hvem som er sjefen gjennom makt, styrke og frykt. Dette kan ofte være personer som blir mobbet på skolen, og som tar igjen på nett. *The mean girls* er ungdom som enkelt og greit mobber fordi de kjeder seg, og dette gjelder begge kjønn. *The “inadvertent” cyber bully* eller “fordi jeg kan” er individer, som responderer på negativ kommunikasjon på blant annet netttora. De “tar igjen” ved å trykke på “send” knappen uten å tenke på konsekvensene av det de skriver. Få av disse individene ser på seg selv som mobber.

3.2.5 MISOPPFATNINGER OM DIGITAL MOBBING

Det er enighet blant forskere om at det foreligger en del misoppfatninger om digital og “tradisjonell” mobbing (McQuade et al., 2009; Sandsleth, 2007; Shariff & Churchill, 2010). Dette er forestillinger om mobbing som mangler forskningsdata eller rasjonelle begrunnelser. Jeg vil her vise til forskere som presenterer misoppfatninger om mobbing. Misoppfatningene vil senere i analysen utgjøre grunnlaget for en del viktige spørsmål som skal belyse hvordan nyhetsmediene forholder seg kritisk til den informasjonene de mottar om digital mobbing. Hvor mye av misoppfatningene om mobbing finner jeg igjen i nyhetsartiklene?

Jeg starter med å vise til en del relevante misoppfatninger generelt om mobbing presentert av McQuade et al. (2009), der disse er blant annet at, mye av den digitale og “tradisjonelle” mobbingen skjer på skolen, når sannheten er at svært stor del av mobbingen skjer også hjemme gjennom de digitale mediene. Et annet aspekt ved mobbing som de fremhever er at mobbingen ikke bare påvirker offeret, men også

mange andre personer, både direkte og indirekte, venner og familier, til og med hele samfunn.

Den 24 november 2010 var jeg på et seminar om *digital mobbing*, i regi av Medietilsynet der blant annet Dan Olweus var til stede. I hans presentasjon av digital mobbing ønsket han å avkrefte fire misoppfatninger som mediene lar oss tro om digital mobbing. Først og fremst mener han at det ikke stemmer at digital mobbing er vanlig blant norske elever – det er kun 3 prosent som blir mobbet digitalt mens 10 prosent blir mobbet “tradisjonelt”. For det andre ønsket han å poengtere at det heller ikke er en stor økning i digital mobbing de siste årene selv om nyhetsmediene fremstiller det slik. For det tredje skapes det ikke nye mobberoller – han mener at 90 prosent av dem som mobber på nett også mobber “tradisjonelt”. Og sist men ikke minst mener Olweus at kjønnsfordelingen blant dem som mobber digitalt er lik.

KJØNNSFORDELING BLANT MOBBERE

Et område innen digital mobbing det forligger en del uenighet om blant forskere er hvilket kjønn som mobber mest på nett. Noen studier viser at det er jenter som mobber mest, mens andre viser at det er like mange jenter som gutter. Det foreligger allikevel en felles enighet hos de fleste forskere at kjønnsfordelingen er ganske lik (Hinduja & Patchin, 2008:147), og at dette gjelder både digital og “tradisjonell” mobbing. Det viser seg at jenter bedriver mer indirekte mobbing enn gutter, slik som psykisk og emosjonell mobbing, isolering og “utestengning”, og siden mye av den digitale mobbingen innebærer slike former er jenter også godt representert som mobbere på nett (Hinduja & Patchin, 2009:51; Sandsleth, 2007:50). Det kan være flere årsaker til dette blant annet at formen på nett ofte er tekstbasert, den er mer emosjonell og psykisk, i en ansikt-til-ansikt situasjon er jenter mer diplomatiske, mens den er annerledes foran tastaturet (Hinduja & Patchin, 2009).

3.2.6 RELEVANT FORSKNINGSDATA

I nyhetsmediene presenteres det ofte tall om mobbing hentet fra mange ulike aktører. Jeg ønsket å se på hvilke tall som presenteres og hvor nøyaktige disse er i forhold til ulike forskningsprosjekter som finnes. For oppgaven ble det viktig å velge undersøkelser der dataen ble samlet inn så nøyaktige som mulig, der spørsmålsformuleringene var presise ovenfor barn og unge og der deres meninger og stemme blir hørt og forstått. Valget falt på rapporten til EU Kids Online *Risk and safety on the internet* (Livingstone et al., 2011) og Medietilsynets rapport *Barn og digitale medier 2010* (Medietilsynet, 2010). Rapporten til EU Kids online er et samarbeid mellom forskere fra 25 forskjellige europeiske land, deriblant Norge, for å kartlegge barns sikkerhet og risiko på nett (Livingstone et al., 2011). Medietilsynets rapport har vært administrert under Medietilsynets Trygg bruk-prosjekt som er det nasjonale koordineringsorganet for trygg bruk av interaktive digitale medier for barn og unge – der bakrunnen til rapporten var å kartlegge barn og unges bruk av ulike typer digitale medier, samt de negative opplevelsene dette medbrakte (Medietilsynet, 2010:5). Nedenfor presenterer jeg de funnene fra rapportene jeg mener er mest relevante for oppgaven.

RELEVANTE FUNN FRA EU KIDS ONLINE OG MEDIETILSYNETS TRYGG BRUK-PROSJEKT

Et av de viktigste årsakene til at jeg valgte å bruke rapportene fra EU Kids Online (Fra nå av referert til som EU Kids) og Medietilsynet var at begge forholdt seg til den samme aldersgruppering, nemlig barn og unge i alderen 9 til 16 år. Undersøkelsene er gjort med noen få måneders mellomrom fra hverandre – Medietilsynet samlet inn data i november 2009 (Medietilsynet, 2010:9), mens EU Kids samlet inn data våren/sommeren 2010 (Livingstone et al., 2011:16).

I EU Kids rapporten (Livingstone et al., 2011:134) rangeres de mest vanligste farene barn og unge opplever på nett. I løpet av 2010 var disse de største farene barn generelt¹ i Europa kunne oppleve på nett:

¹ Tallene i prosent er gjennomsnittstall for hele Europa

- 1) Å kommunisere med en person online de ikke kjente eller har sett ansikt-til-ansikt (30%).
- 2) Eksponering til sider med skadelig innhold (hatsider, pro-anorexia- og selvskadingssider² etc.) (21%)
- 3) Eksponering til seksuell materiale (14%)
- 4) Få informasjon om seg selv misbrukt (9%)
- 5) Møte noen de traff på nett først ansikt-til-ansikt (9%)
- 6) Offer for digital mobbing (6%)

Som vi kan se er digital mobbing ikke blant de største farene barn og unge utsettes for på nett, men er samtidig den faren som skaper den største bekymringen blant barn og unge i følge EU Kids rapporten (Livingstone et al., 2011:6).

Undersøkelsen til EU Kids viser hvor mange barn og unge som har blitt mobbet og hvilken form som ble brukt (“tradisjonell” eller digital). Tallene for Norge viste at 8% ble mobbet online og 31% har blitt mobbet online og/eller offline i løpet av det siste året (Livingstone et al., 2011:63). I følge Medietilsynets (2010) rapport har 9% av barn og unge opplevd å bli mobbet gjennom et chatteprogram (slik som MSN messenger) og 10% gjennom sosiale nettsteder (Medietilsynet, 2010:34).

I rapporten til EU Kids kommer det fram at 3% har blitt mobbet gjennom *mobiltelefonen* (Livingstone et al., 2011:62), mens det i Medietilsynets rapport er 6% som har opplevd det samme (Medietilsynet, 2010:79). Det er også i følge Medietilsynet jenter (8%) som opplever dette i større grad enn gutter (4%). I deres rapport viste det seg også at 27% som hadde blitt mobbet gjennom mobiltelefonen ikke fortalte det til noen, mens 26% snakket med foreldre (Medietilsynet, 2010:59).

NOEN GENERELLE TREKK FRA EU KIDS OG MEDIETILSYNETS UNDERSØKELSE

I EU Kids rapporten antydes det at ”online bullying to be a new form of a long-established childhood problem rather than, simply, the consequence of a new technology” (Livingstone et al., 2011:62). Det kommer også tydelig fram i

² Sider som oppfordrer til selvskading, for eksempel i form av å kutte seg selv

undersøkelsen til EU Kids at ansikt-til-ansikt mobbing (13%) er mye vanligere enn digital mobbing (6%) (Livingstone et al., 2011:65).

Dataen begge rapportene legger frem viser at kjønnsfordelingen blant dem som mobber er svært jevn. I EU Kids rapporten vises det til at i tidligere forskning var det blandet data om kjønnsfordelingen men at dataen nå viser få eller ingen forskjeller (Livingstone et al., 2011:62).

En uttalelse i EU Kids rapporten som vil være interessant for meg senere i analysen er "...it seems that parents [in countries like Norway] are more likely to think their child has been bullied online even when the child says they have not" (Livingstone et al., 2011:66). Hva kan årsaken til at foreldre i Norge tror at barn mobbes oftere på nett enn det de egentlig gjør? Kan dette ha noe med hvordan mobbing presenteres i nyhetsmediene eller er det bare forskjeller i hvordan barn og unge, og voksne ser på mobbing? Jeg diskuterer blant annet dette i avsnitt 6.2.2 på side 109.

Det kommer også fram i tallene presentert over at det er små sprik i dataen fra EU Kids og Medietilsynets rapport. Årsaken til dette kan ligge i spørsmålsformuleringene i undersøkelsene. I spørsmål som omhandler mobbing formulerer EU Kids spørsmålet på følgende måte: "At any time during the last 12 months, has this happened (that you have been treated in a hurtful or nasty way)? At any time during the last 12 months has this happened on the internet?" (Livingstone et al., 2011:62). Medietilsynets spørsmålsformulering lyder som følger: "I løpet av det siste året, har du selv opplevd å bli mobbet eller truet på noen av de nettstedene som ble nevnt over [Facebook, MySpace, Nettby [...] YouTube [...] andre]?" (Medietilsynet, 2010:35) "Det er en tydelige forskjeller i spørsmålsformuleringen i rapportene, mens EU Kids ikke nevner ordet *mobbing*, men spør etter om noen har oppført seg krenkende eller ekkelt ovenfor respondenten, spør Medietilsynet på den andre side direkte om det. Jeg mener at dette kan være blant hovedårsakene til at tallene presentert over spriker noe fra hverandre.

4 METODE & MATERIALE

Oppgavens problemstilling reflekteres i metodevalget som støtter seg på en kvantitativ innholdsanalyse som i analysen skal si noe om de generelle trekkene til den innsamlede dataen. I tillegg presenterer jeg avisutvalget, artikkelutvalget og avgrensinger, samt en diskusjon rundt søkemotoren Atekst, dens virkemåte og problematikk.

4.1 VALG AV METODE

I det forskeren har definert en problemstilling, funnet relevant teori, sett på tidligere forskning og funnet tekst til analysen, er han, i følge Weber (1990:21), klar til å sette i gang med kodeboken. Men før jeg kan sette i gang med kodeboken må jeg finne analyseenheter, og før jeg kan gjøre det må jeg bestemme meg for en metode som skal hjelpe meg med akkurat dette. Metoden må ta utgangspunkt i oppgavens problemstilling som søker å være analytisk beskrivende, der de prøver å gå i bredden på medienes fremstilling av digital mobbing, samt statistisk generaliserbare, der de prøver å finne generelle trekk som presenteres om digital mobbing i nyhetsmediene.

Tar jeg utgangspunkt i hvordan problemstillingene skal være analytisk beskrivende og statistisk generaliserbar vil en kvantitativ innholdsanalyse være det beste valget. Fordelen med en kvantitativ innholdsanalyse er at den kan peke på generelle mønstre i det utvalgte analyseområde (Grønmo, 2004), som dermed vil kunne danne grunnlaget for diskusjonen senere i oppgaven. Resten av dette avsnittet skal skape et metodisk rammeverk som skal sikre meg at den metoden jeg har valgt gir meg best mulig resultater på oppgavens problemstillinger.

4.1.1 OPPGAVENS FORSKNINGSPLAN

Fremgangsmåten for hvordan besvare problemstillingene i oppgaven baserer seg på en forskningsplan som jeg må forholde meg til, og som jeg presenterer nedenfor. Riffe et al. (2005:62) beskriver på en enkel måte hvordan en lager et forskningsplan, finner måleenheter samt finner et utvalg enheter til en innholdsanalyse. Som han blant

annet belyser inneholder et godt planlagt forskningsplan en konseptualiserings-, planleggings- og gjennomføringsfase. Konseptualiserings-fasen vil for oppgave være problemstillingene jeg har presentert tidligere og forskning som allerede er gjort på dette feltet, altså vil denne fasen kunne si noe om formålet med oppgaven og hvorfor den er relevant for akkurat dette forskningsfeltet (se kapittel 1 og 3). Planleggingsfasen er hva dette kapitlet skal handle om, nemlig forberedelsen til datainnsamlingen til analysen og diskusjonen senere i oppgaven. Gjennomførings-fasen vil da være selve prosessen i å hente inn dataen på bakgrunn av de to foregående fasene (se kapittel 5 og 6).

Oppgavens datainnsamling vil basere seg på et utvalg aviser og dens artikler. For å kunne trekke ut dette utvalget har man mange ulike måter å gjøre dette på. Riffe et al. (2005:121) belyser at den riktige måten avhenger av de teoretiske og praktiske problemene som er i forskningsprosjektet. Det er tilgjengelig et stort antall utvalgsmetoder som også avhenger av forskningsprosjektets problemstilling og som jeg kommer nærmere inn på i avsnitt 4.2 lengre nede på siden.

Den innsamlede dataen skal så være grunnlaget for oppgavens målingsprosess, og der all måling må ha en logisk forbindelse mellom de tallene som brukes på tekstinnholdet og de teoretiske definisjonene satt i problemstillingen (Riffe et al., 2005:121), dette for å opprettholde prosjektets definisjonsmessige validitet (Grønmo, 2004:232). Videre forklarer Riffe et al. (2005: 93-94) at målingsprosessen innebærer å finne de riktige måleenhetene samt å komme opp med klassifiseringssystemer for disse enhetene. Det blir dermed snakk om å finne variablene som best mulig besvarer problemstillingene samt kategorier som hjelper å besvare variabelen. Prosessen om å registrere variabelen og dens kategorier reguleres ved hjelp av kodeinstruksjoner og kodeskjema som skal passe på at prosjektets reliabilitet vedlikeholdes (ibid), og som jeg kommer nærmere inn på i avsnitt 4.3 (s. 62).

4.2 DATAINNSAMLINGEN

Datainnsamlingen vil bestå av å velge et sett av aviser der et utvalg av dens artikler skal til videre analyse. For å begrense antall artikler som skal til analysen må jeg redusere den til en håndterbar masse. Det er da viktig å få definert universet og

enhetene slik at de er i samsvar med problemstillingen (Riffe et al., 2005). Dermed blir det store spørsmålet, hva er undersøkelses-enhetene og analyseenhetene som skal være grunnlaget for oppgavens artikkeluniverset?

Datauniverset i oppgaven består av artikler som omhandler digital mobbing og som dermed vil utgjøre oppgavens undersøkelsesenheter. Men før jeg kan sette i gang med å finne undersøkelsesenhetene må jeg igjennom flere forberedende trinn. Først og fremst må jeg finne analyseenhetene som vil bestå av aviser som jeg kan trekke artikkeluniverset ut i fra. Innsamlingen av dataen fra artikkeluniverset vil foregå gjennom Atekst sine databaser. For å kunne finne artiklene i Atekst må jeg operasjonalisere en håndfull søkeord. Med søkeordene på plass vil det være mulig for meg å definere hvilken tidsperiode søkene på artiklene skal omfatte. Jeg vil bruke avisene som søkefilter, søkeordene til å finne artiklene samt ha muligheten til å tidsbegrense søkene slik at artikkeluniverset ikke blir for stort.

ATEKST - EN INTRODUKSJON

Retrievers Atekst er et "...unikt og enestående digitalisert artikkelarkiv fra norske papiraviser..." der en kan lete i papiraviser som er vanskelig å få tilgang til gjennom andre kanaler (Retriever, 2010). Jeg har valgt å bruke dette artikkelarkivet siden den søker i så og si alle norske aviser i papirform eller nettutgave. Det kan søkes i 86 norske nyhetskilder og aviser, 6 TV og radiokanaler og 1024 nettsteder (Retriever, 2010). For meg vil dette være en stor fordel når jeg skal søke opp artikler blant de avisene som jeg har valgt som analyseenheter. Alle avisene som jeg skal se nærmere på er arkivert i denne databasen.

Atekst lar brukeren gjennomføre søk, gjennom egenspesifiserte søkenavn, med flere filtreringsmuligheter. Deriblant muligheten til å filtrer etter aviser både i papir- og nettutgave. Søk kan gjøres i form av brede søk der en søker med kun et søkeord, eller mer spesifiserte søk der ordkombinasjoner og operatorer brukes for å spisse inn søkene. Det er også mulig å velge tidsperiode for søkene samt filtrere etter kilde, se dekning over tid, kildekategori og medietype. Dette blir funksjoner som kommer godt med når jeg skal finne artikler til artikkeluniverset.

4.2.1 AVISUTVALGET

Det er en stor mengde norske aviser å velge mellom når jeg nå skal kaste meg ut i datainnsamlingen. I Allerns (2001:71) analyse av ti norske aviser valgte han å se på avistype, opplagsnivå, utgivelsesfrekvens, format, samt eierskap for å få et mest mulig variert utvalg til avisuniverset sitt. Krippendorff (2004) argumenterer for at forskere flest definerer utvalget sitt basert på kriterier som er relevant til problemstillingen, og avisene i Allerns (2001) undersøkelse er, som han selv sier, ikke tilfeldig trukket ut, men strategisk plukket ut. Med stor variasjon i avisutvalget vil det i utgangspunktet bli lettere å finne svar på problemstillingen. Jeg har i oppgaven valgt å kun rette datainnsamlingen inn mot de riksdekkende avisene og ikke de lokale avisene. Årsaken til dette er at "...riksavisene er høyst ulike og representerer forskjellige journalistiske tradisjoner. Dessuten er de i større grad enn andre 'rollemodeller' for journalistikken i andre aviser" (Allern, 2001:74). Leserkretsen til de riksdekkende avisene er også svært spredt, de opererer i ulike nisjemarkeder, samt de har et "folkelig" publikum mener Allern (2001:90), mens løssalgavisene appellerer til alle, der de kombinerer både nyhets- og underholdningstilbud (ibid:63). Allern (2001) konkludere også med at det geografiske "filteret" har stor betydning for lokalavisene, der lokalnyheter blir prioritert framfor riksdekkende nyheter (Allern, 2001:159). Jeg kommer ikke til å ta for meg ukeblader, magasiner eller ukeaviser fordi jeg ønsker å treffe et så stort publikum som mulig. Derfor mener jeg at de riksdekkende avisene vil gi meg det beste grunnlaget for oppgavens avisunivers.

Norge har flere riksdekkende aviser, hvor noen av de største er: Aftenposten, Dagbladet, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Klassekampen, VG, Morgenbladet, Nationen og Vårt Land (Medienorge, 2010d). Blant disse ønsker jeg å se på de avisene med høyest opplagstall. For å velge hvilke aviser som skal skape avisuniverset henter jeg tallene fra ulike statistikkbyråer slik som Mediebedriftenes Landsforening (MBL), TNS Gallup og Statistisk Sentralbyrå (SSB). I tabell 1 viser jeg en oversikt over de ti største riksdekkende avisene etter gjennomsnittlig opplag per utgave for året 2009, der søndagsutgavene ikke er inkludert. Tallene er hentet fra Medienorge (2010d).

Tabell 1 Oversikt over de ti største riksdekkende avisene etter opplag for året 2009

Avis	Opplag	
VG	262 374	
Aftenposten morgen	243 188	(Aften. Aften ikke inkludert)
Dagbladet	105 255	
Dagens Næringsliv	79 628	
Dagsavisen	28 337	
Finansavisen	25 820	
Vårt Land	25 557	
Morgenbladet	22 808	
Nationen	14 514	
Klassekampen	13 265	

Slik det kommer fram av tabell 1 er det VG som er den papiravisen med høyest opplag tett fulgt av Aftenpostens morgenutgave. Sammenliknet med de to første avisene kan ikke Dagbladet måle seg på antall opplag, men avisen er i det minste interessant som avis, spesielt hvis jeg ønsker å dekke en så bred lesermasse som mulig.

PAPIR- OG NETTAVISER

I 2010 leste 65% av den norske befolkningen på over 12 år papiraviser, og 40% leste nettaviser, enten rene nettaviser eller papiravisenes nettutgaver (Medienorge, 2010e). I tabell 2 viser jeg en oversikt over lesertallene til de største norske papir- og nettaviserne. Lesertallene for papiravisene (Medienorge, 2010b) og nettavisleerne (Medienorge, 2010c) er i denne sammenhengen prosentandelen av den norske befolkning på over 12 år som leste gjennomsnittlig en avis hver dag i løpet av 2009.

Tabell 2 Prosentandelen av norske avis- og nettavislesere over 12 år leste en avis pr dag for året 2009

		Papiravis	Nettavis
1	VG Lørdag	29.6	-
2	VG Helg	26.8	-
3	VG	25.4	36.5
4	Dagbladet Lørdag	20.1	-
5	Dagbladet	18.0	-
	Lørdagsmagasinet		
6	VG Søndag	17.3	-
7	Aftenposten Morgen	17.3	13.6
13	Dagbladet	12.7	23.8

Slik tabell 2 viser er det VGs papiravis som dominere med høyest lesertallprosent for 2009, med både dags- og så og si alle helgeutgavene på tabelltoppen. Dagbladet sniker seg inn med sine helgeutgaver, før Aftenposten morgenutgave tar over. Det kommer fram i tabell 2 at det er løssalgsavisene generelt sett som har den størst lesermassen og er mest lest blant de riksdekkende avisene.

NETTAVISER

To av tre nettbrukere leser nyheter på nettet i løpet av en dag (Vaage, 2010). Det er løssalgsavisenes nettaviser som dominerer på nett viser tall fra SSB (Vaage, 2010; Medienorge, 2010c), og blant disse er det VG Nett som definitivt har flest lesere med hele 36.5% av lesermassen. Samlet sett er det VG, Dagbladet og Aftenposten som dominerer blant nettaviser for 2009.

Et interessant funn er når jeg tar et raskt søk med søkeordene *digital mobbing* og *nettmobbing* i Atekst, uten noen form for avisfiltrering, for perioden 1 januar 2008 til 13 desember 2010, viste det seg at store deler av artiklene som skrives om dette emnet er nettartikler. Mens søkeordet *digital mobbing* genererte nesten 953 webartikler, ble det bare generert nesten 273 papiravisartikler. Det samme forholdet gjaldt for søkerordet *nettmobbing* der over 562 artikler var på internett og litt over 112 fra papiravisene. Det kommer tydelig fram at det skrives flest nettavisartikler enn papiravisartikler. Det er flere årsaker til dette. Barnevakten er søkbar i Atekst sine

databaser. Organisasjonen produserer store mengder artikler rundt digital mobbing. Sammenliknet med Aftenposten som i samme periode hadde 21 artikler på nett hadde Barnevakten 86 artikler.

Et nytt søk med de riksdekkende avisene som avisfilter viser derimot at forholdet mellom nettavis- og papiravisartikler var svært jevn. Årsaken til dette er nok at artiklene som publiseres i papiravisene også publiseres på nett.

AVISUNIVERSET

Med bakgrunn i funnene over vil avisuniverset til oppgaven bestå av både papiraviser og nettaviser. Avisuniverset vil bestå av VG, Dagbladet og Aftenposten. VG er valgt fordi avisen dominerer statistisk sett. Det er avisen med flest lesere både i papirform og på nett. Dagbladet er med fordi de har en stor lesermasse på nett, men også fordi den har et stort opplag og blir solgt over hele landet. Aftenposten er med fordi folk ser på den som en pålitelig avis (Respons, 2010), og er Norges største abonnentavis (Aftenposten, 2010).

Det er flere aviser som har høye opplagstall. Dagens Næringsliv (DN) har nesten 80 000 i opplag, men er på den andre siden en nisjeavis for næringslivet og har liten interesse for oppgaven min. Et søk på *digital mobbing* gjennom Atekst, med de siste to årene som tidsperiode og med DN som avisfilter, resulterte i kun ett artikkeltreff. Dagsavisen er neste avis på listen som kunne ha vært interessant å ta med, men med et opplag på kun 28 000 aviser om dagen dekker den et veldig liten del av den norske befolkning. Dessuten har VG, Dagbladet og Aftenposten såpass mange lesere at de til sammen dekker stort sett hele den norske befolkning og passer dermed godt som oppgavens avisutvalg.

EN KARAKTERISTIKK AV AVISENE

Det er flere likhetstrekk mellom de riksdekkende avisene som utgjør avisuniverset. Allern (2001) mener at VG og Dagbladet lenge har vært en "trendsetter" innen norsk presse og i følge ham kan vi betrakte VG som normdannende innen pressen. VG er Norges største riksdekkende avis, og "...skal være en riksavis som er tilgjengelig for størst mulig del av landets befolkning" (Olufsen, 2006: 11), noe den er, med sine to millioner lesere av papir- og nettutgaven hver dag. Dette tilsvarer 50.8% av

befolkningen over 12 år (VG, 2010). På den andre siden har Dagbladet opplevd opplagsnedgang og nedbemanning (Eide, 2010). Aftenposten er Norges største abonnementsavis og har det største opplaget hvis en teller både morgen- og aftenutgaven.

I følge Eide (2010) er VG en viktig arena og en mektig aktør blant norske aviser, og der, i følge Allern (2001), sensasjonspressen spiller høyt. VG ser seg selv som “...en partipolitisk og økonomisk uavhengig dagsavis” som skal “kjempe mot ytterliggående, samfunnsnedbrytende tendenser” (Olufsen, 2006). I følge Dagbladets egne husregler har de “...plikt til å sette et skarpt og kritisk søkelys på samfunnet rundt oss” (Dagbladet, 2010). “Tanta i Akersgata”, også kjent som Aftenposten, blir sett på som “...pålitelig, sjenerøs velutstyrt, men samtidig litt knipsk og gammeldags i sine holdninger” (Dahl, 2010: 25). Avisen er “...landets ubestridt ledende organ innen politikk og kultur, og som også økonomisk og annonsemessig holder stand mot næringslivspressen” (ibid:25). Disse tre avisene vil danne et godt grunnlag som oppgavens avisuniverset hvor jeg kan trekke ut artikler som omhandler digital mobbing.

4.2.2 VALG AV ARTIKLER - INNSAMLING OG GJENNOMFØRING

Over har jeg avgrenset avisuniverset og vil nå presentere hvilke tilnæringsmåter som ble brukt for å trekke ut undersøkelsesenheter. For å kunne trekke ut artiklene må jeg bestemme meg for søkeord og tidsperiode – på denne måten vil søket i Atekst ikke genererer for mange artikler og samtidig vil jeg også få de artiklene som er mest relevante for oppgavens problemstillinger. Jeg vil også i dette avsnittet drøfte litt rundt problemene jeg hadde med Atekst og artikkelutvalget.

SØKEORD

Artikkeluniverset bestemmes blant annet av hvilke søkeord jeg ønsker å bruke. Det er derfor viktig for meg å finne søkeord som er mest mulig beskrivende og som vil gi meg de mest relevante artiklene. Som nevnt tidligere kan jeg søke opp artikler i Atekst ved hjelp av søkenavn. På denne måten kan jeg generere en rapport over hvilke artikler som belyser søkenavnet. Jeg kan foreksempel bruke *mobbing* som søkenavn.

Setter jeg da en tidsperioden fra 1 januar 2005 og fram til 31 desember 2010, og med avisuniverset som filter, ville dette ha gitt meg over 4500 (4577) artikler å analysere. Dette ville ha vært artikler som omhandler alle former for mobbing i en eller annen kontekst, skole, arbeidsplass, hjemme, politisk og så videre. Dette universet ville være for stort for meg å analysere, og viser tydelig at gode søkeord er viktig for å kunne gi meg relevante artikler.

Det er flere ord som jeg mener kan brukes synonymt med *digital mobbing*. Slik som *mobilmobbing*, *nettmobbing*, *skjult mobbing*, *mobbing på nett*, *trakassering på nett*, *SMS-mobbing*, *erting på nett* og *elektronisk mobbing*. Jeg foretok et nytt søk med disse søkeordene som søkenavn, med samme tidsperiode som over, samt med avisuniverset som avisfilter, og dette resulterte i følgende artikkeltreff:

- Digital mobbing	58 artikkeltreff
- Nettmobbing	41 artikkeltreff
- Mobilmobbing	29 artikkeltreff
- Mobbing på nett	28 artikkeltreff
- Skjult mobbing	27 artikkeltreff
- SMS-mobbing	14 artikkeltreff
- Elektronisk mobbing	4 artikkeltreff
- Trakassering på nett	2 artikkeltreff
- Erting på nett	0 artikkeltreff

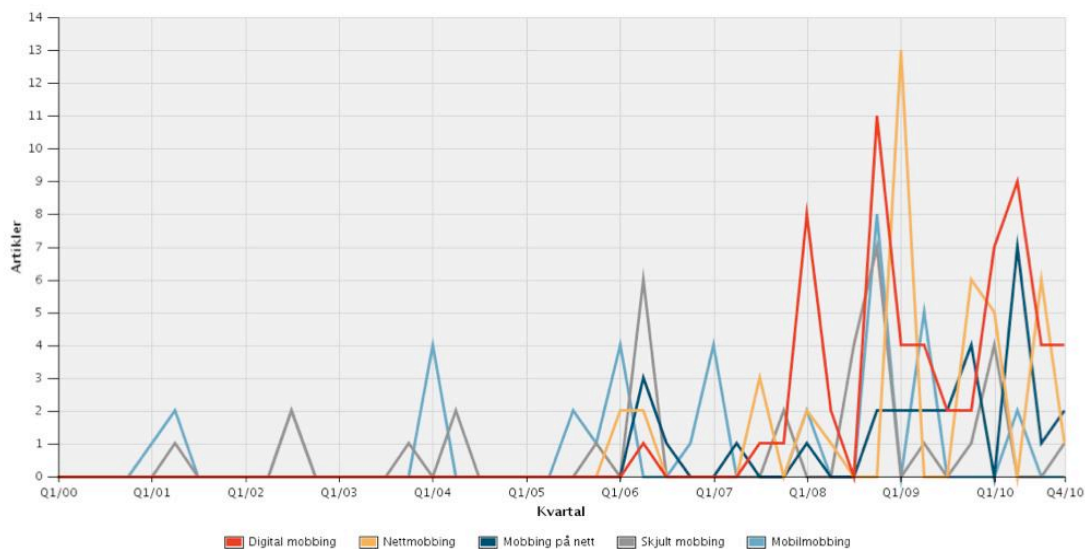
De søkeordene som skiller seg mest ut er de fire øverste. Jeg valgte derfor å forholde meg til de søkeordene som hadde flest treff. Ergo, søkeordene for oppgaven, med søkeordet *digital mobbing* inkludert, ble: *nettmobbing*, *mobilmobbing*, *mobbing på nett* og *skjult mobbing*. *SMS-mobbing* med sine 14 artikkeltreff ønsket jeg ikke å bruke som søkeord fordi artiklene ble publisert før 2006 og faller dermed utenfor oppgavens tidsperiode, som jeg kommer nærmere inn på i neste avsnitt.

TIDSPERIODE

For at artikkeluniverset ikke skulle bli for stort, samt at jeg forholdt meg til en periode som ville gi meg de mest relevante artikkeltreffene, trengte jeg å spesifisere en

tidsperiode å forholde meg til. Dette gjorde jeg på bakgrunn av valgte søkeord og ved hjelp av Atekst. Digital mobbing er et problem som har fått mye fokus de siste årene. Jeg ønsket dermed å vite når begrepet begynte å få fotfeste blant de norske nyhetsmediene. Ved å bruke Aftenposten, VG og Dagbladet som avisfilter, søkeordene som søkenavn (søkeordene søker igjennom hele teksten i artikkelen) og med et tidsintervall fra 2000 fram til 31 desember 2010, kunne jeg se når fokuset på digital mobbing tok til. Graf 1 viser resultatet fra søket.

Graf 1 Oversikt over antall artikler som omhandler søkeordene *Digital mobbing*, *Nettmobbing*, *Mobbing på nett*, *Skult mobbing* og *Mobilmobbing* i perioden 2000 til 2010, grafen er hentet fra Atekst



Graf 1 viser at fra første kvartal i 2008 og fram til og med fjerde kvartal 2010 har det vært en eksplosjon av artikler rundt digital mobbing, og dette gjelder også de andre søkeordene. Det var derfor mest gunstig for meg å velge denne perioden på tre år som tidsperiode for artikkelsøket.

ARTIKKELUTVALGET

Med avisutvalget, tidsperiode og søkeord på plass var det på tide å finne undersøkelsesenheter som forhåpentligvis vil bestå av et representativt utvalg artikler. Ved å bruke Aftenposten, VG og Dagbladet som avisfilter, søkeordene som søkenavn, og tidsperioden 01.01.2008 til og med 31.12.2010 som søkeperiode fant

Atekst fram til 144 artikler som omhandlet digital mobbing. Tabell 3 viser en oversikt over søket.

Tabell 3 Antall artikler etter søk i Atekst fra tidsperioden 01.01.2008 til og med 31.12.2010, og med definert avisutvalg og søkeord

Søkeord	Totalt	Papiravis			Nettavis		
		Aften	VG	DB	Aften	VG	DB
<i>Digital mobbing</i>	55	14	4	7	15	12	3
<i>Nettmobbing</i>	33	8	5	1	6	7	6
<i>Mobbing på nett</i>	22	7	3	3	2	5	2
<i>Skjult mobbing</i>	17	6	-	3	6	1	1
<i>Mobilmobbing</i>	17	3	1	4	4	4	1
Totalt	144	38	13	18	33	29	13

Slik det kommer fram i tabell 3 har alle avisene artikler som omhandler de ulike søkeordene, med ett unntak, som er VGs papiravis og søkerordet skjult mobbing. Dette vil ikke bli et problem for oppgaven. Slik jeg også tidligere belyste er fordelingen blant artikler på nett- og papiravisene svært jevn når jeg brukte avisuniverset som avisfilter, i dette tilfellet var 52% av artiklene skrevet på nett (75 artikler) mens 48% sto i papiravisutgavene (69 artikler).

BEGRUNNELSE FOR VALG AV ARTIKLER

Etter en nøye gjennomlesning av artiklene var det flere viktige valg jeg måtte ta som kom til å redusere antallet. Først og fremst stod spørsmålet om hva jeg skulle gjøre med artiklene som hadde flere av de samme søkeordene i artikkelteksten. Dette var et problem som oppstod da jeg blant annet fant ut at flere av artikler inneholdt både søkeordet *digital mobbing* og *nettmobbing*. Dette ville føre til at jeg ville ha to artikler med samme innhold – den ene funnet ved hjelp av søkeordet *digital mobbing* og den andre med *nettmobbing*. Jeg gikk dermed manuelt igjennom artiklene og fjernet duplikatene³, hvor dette reduserte antallet artikler fra 144 til 119 (Tabell 30, Vedlegg II). Jeg reduserte antallet artikler ytterligere etter å ha funnet artikler som ikke hadde

³ Jeg søkte etter artikler ved å bruke ett søkeord om gangen. Det vil si at jeg startet med søkeordet *digital mobbing* og deretter *nettmobbing* osv. På denne måten endte jeg opp med flere like artikler (For mer informasjon se Vedlegg II på side 143).

noe med digital mobbing å gjøre (Tabell 31, Vedlegg II). Jeg valgte å beholde artiklene med samme innhold men skrevet for papir- og nettvisen. Årsaken til dette var at det finnes lesere som kun leser nettavisen eller bare papiravisen.

Et annet problem jeg støtte på var at Atekst ikke filtrerer vekk papiravisenes helgemagasiner eller i Aftenpostens tilfelle, Aftenposten Aften som er ment som en Oslo avis. Siden Atekst ikke skiller mellom disse utgavene tok jeg disse med i artikkeluniverset. Ved å fjerne de doble artiklene og artiklene som ikke hadde noe med digital mobbing å gjøre satt jeg til slutt med 110 artikler som til sammen utgjorde alle artiklene som avisuniverset hadde på digital mobbing.

ARTIKKELUTVALGET OG VALIDITET

Jeg har gjort flere viktige valg for å ivareta oppgavens eksterne validitet, som vil si at “...resultatene av eksperimentet er realistiske og kan generaliseres til vanlige situasjoner i samfunnet” (Grønmo, 2007:233). Ett av disse valgene går ut på utvelgingsmetoden jeg benytter meg av. Jeg valgte å bruke en strategisk utvelgingsmetode der *alle* de 110 artiklene⁴ ble brukt som undersøkelsesenheter for oppgaven, også kjent som *consus*. Fordelen med å bruke *consus* som utvelgingsmetode er at den eliminerer utvalgsfeil siden en slik feil ikke eksisterer (Riffe et al., 2005: 97). *Consus* egner seg også bra til å studere nyhetshendelser der forskeren studerer alle artikler som omhandler en spesiell eller en mengde hendelser (Krippendorff, 2004: 120; Riffe et al., 2005: 98), eller som for oppgaven, alle artiklene fra de tre største norske avisene som omhandler digital mobbing. Ved å velge alle artiklene blir det også lettere ut i fra funnene å generalisere i forhold til oppgavens avisunivers, og som igjen vil kunne gi et mer komplett bilde av hvordan Aftenposten, VG og Dagbladet presenterer digital mobbing for den valgte tidsperioden.

ATEKST OG VALIDITET

I 2005 kom det et krast innlegg rundt Atekst sine databaser skrevet av Srebrowska. I følge henne viste det seg at materialet i Atekst ikke stemte overens med

⁴ Se oversikt over artikkeluniverset i Vedlegg IV på side 158

mikrofilm-utgavene til et utvalg aviser, og hun konkluderte med at "...ATEKST-utgavene av norske aviser er ikke representative for de avisene publikum leser i papirform" (s. 42). Som et resultat av dette ville alle som valgte Atekst som eneste kilde for informasjon om avisers innhold få et ufullstendig eller forvrengt bilde av hvordan avisene har presentert seg for sitt publikum (Srebrowska, 2005: 43). Dette vil uten tvil være et problem for en kvantitative innholdsanalyse og da spesielt den eksterne validiteten til oppgaven. Mye av kritikken presentert av Srebrowska blir tilbakevist av Eriksen (2005) i en artikkel utformet som en replikk til hennes artikkel. Han er enig i at Atekst ikke vil gi et 100% korrekt bilde i kvantitative undersøkelser (s. 44). Eriksen påpeker også at han tok kontakt med de avisene som var grunnlaget til Srebrowskas kritikk, og kunne ikke finne avvik i avisenes arkiv og Atekst sin database. Han kunne dermed tilbakevise påstanden til Srebrowska at "...ATEKST leder brukere på villspor" (s. 47).

På bakgrunn av kritikken over ønsker jeg å forsikre meg om at validiteten til oppgaven ble tatt vare på. Så jeg foretok en enkel validitetstest for å sikre meg at artiklene funnet i Atekst stemte overens med nyhetsarkivet til avisuniverset. Testen gikk ut på å søke opp artikler fra avisens nyhetsarkiv og se om dette stemte overens med funnene i Atekst. Jeg brukte den samme tidsperioden som definert over.

Jeg testet Aftenpostens nyhetsarkiv først. Ved søk av søkeordet *digital mobbing*, blant nettavisartikler, viste det seg å være noe avvik mellom Atekst og aftenpostens arkiv. Atekst fant jeg tre artikler som ikke ble listet opp i søket hos Aftenposten. De resterende søkeordene stemte overens. Med *digital mobbing* som søkenavn fant jeg i papiravisarkivet til Aftenposten åtte artikler, mens Atekst fant fjorten. Det var en differanse blant samtlige søkeord der Atekst fant flest ved alle søk. Årsaken til dette finner vi på søkesiden til Aftenposten der de advarer om at "...tekstene i arkivet er digitalisert og sendt igjennom en automatisk tekstgjennkjenningsprosess [der] nøyaktigheten til teksten avhenger av kvaliteten på avisen som er digitalisert" (Aftenposten, 2011). Det ble også nevnt i diskusjonen rundt Atekst tidligere i kapittelet at søkemotoren ikke kan gi et 100% nøyaktig resultat, det viste seg denne gangen at det var Aftenpostens nettartikkelarkiv som gav et mer unøyaktig resultat.

Jeg gjentok de samme søkene hos Dagbladet, og endte med de samme resultatene. Nyhetsartiklene på nett var så og si identiske med dem hos Atekst, mens papiravisarkivet til Dagbladet gav færre treff enn hos Atekst. VG har ingen papiravisarkiv på nett som kan søkes i, så jeg testet nettavisartikkelarkivet. Med kun ett unntak, der Atekst fant én artikkel mer, stemte søket i VGs nettavisartikkelarkivet overrens med det Atekst fant. Jeg kunne dermed konkludere med at forskjellene var såpass marginale at det ville ikke ha noen stor påvirkning på validiteten til oppgaven.

RESULTATER FRA DATAINNSAMLINGEN

Resultatet fra søket i Atekst, med Aftenposten, VG og Dagbladet som avisfilter, viser at de skiller seg fra hverandre i antall artikler på nett- og i papiravisene. Det er Aftenposten som dominerer med papiravisartikler. Årsaken til dette er nok fordi de vil fremstå som en seriøs avis, og dette resulterer i at de samlet sett har nesten dobbelt så mange artikler som VG eller Dagbladet. På nett er det både Aftenposten og VG som dominerer. Begge skriver dobbelt så mange artikler som Dagbladet. En mulig årsak til dette er at VG muligens setter større søkelys på samfunnsmessige problemer rundt enkeltpersoner, mens Dagbladet setter et mer kritisk søkelys på samfunnet generelt. Samlet sett skrives det derimot nesten like mange nettartikler som papiravisartikler.

4.2.3 AVISENES MÅLGRUPPE

For å kunne besvare problemstillingen som spør etter hva leseren sitter igjen med rundt digital mobbing etter å ha lest nyhetene, må jeg se på hvem som er målgruppen til det avisuniverset jeg har valgt. Hvem er leserne av disse avisene, og hvem er det som blir berørt av funnene til oppgaven? Mye av diskusjonen som følger baserer seg på tall hentet fra *Norsk mediebarometer 2009* (Waage, 2010). En oversikt over de viktigste tallene fra *Norsk medibarometer* er presentert i tabell 4.

Tabell 4 Antall lesere som har lest papiravis eller nettavvis i løpet av en dag for året 2009, tallene er fordelt i aldersgrupper og prosent

Aldersgruppe	<i>Papiravis</i>		<i>Nettavvis</i>	
	Papiravis generelt	VG/DB	Nettavvis generelt	Nyheter fra papiravis
Alle (9 - 79)	65.0	20.0	67.0	55.0
9 - 15	38.0	12.0	27.0	20.0
16 - 24	46.0	13.0	67.0	61.0
25 - 44	63.0	19.0	79.0	68.0
45 - 66	81.0	28.0	66.0	50.0
67 - 79	82.0	22.0	58.0	44.0

Kilde: *Norsk mediebarometer 2009* (Waage, 2010)

Som det kommer fram av tabell 4 leser 65% en papiravis i løpet av en gjennomsnittlig dag. Det er spesielt personer over 25 år som står for den største andelen lesere av papiraviser, og vil dermed være en viktig målgruppe for denne oppgaven.

Det kommer også fram, i følge *Norsk mediebarometer 2009* at hele 70% av den norske befolkningen abonnerer på en eller flere papiraviser, der de eldre (de over 67 år) som dominerer prosentmessig sammenliknet med de yngre (de i 20 årene) (Waage, 2010: 9).

Nettavisene har på den andre siden sett en eksplosjon av leser de siste årene, og litt over en av to leser nyheter fra papiravisenes nettsted (Waage, 2010: 9). Som det kommer fram av tabell 4 leser 27% av ungdom i alderen 9 til 15 år en nettavvis, mens 20% leser en av papiravisenes netttutgaver. Men det er internettbrukere i aldersgruppen 25 til 44 år som er de ivrigste leserne av nyhetsstoff på nettet, og da særlig fra netttutgaven til papiravisene. Som tidligere vist er det VG og Dagbladet som er de dominerende nettavisene, og jeg kan dermed trygt si at leserne av disse avisene er personer i aldersgruppen 25 til 44 år. Det var personer over 25 år som utgjorde målgruppen for papiravisene og disse gjør de det samme som målgruppen for nettavisene, og kan dermed betraktes som *leseren* i oppgavens andre problemstilling.

4.3 KVANTITATIV INNHOLDSANALYSE

Sett i lys av oppgavens problemstillinger ønsker jeg å analysere det som blir skrevet om digital mobbing i nyhetsmediene. Problemstillingene spør blant annet om hvordan digital mobbing blir presentert for leseren og hvor blir informasjonen hentet fra. For å svare på dette må jeg registrere innholdet fra artikkeluniverset. Slik blir formålet bak oppgaven å se digital mobbing i en større samfunnsmessig kontekst.

Jeg ønsket å se på den enkelte artikkelens *form*, *innhold* og *kontekst*. *Form* kan blant annet være plassering av artikkelen i avisen, mens *innhold* forteller noe om hva som er skrevet i artikkelen (Østbye et al., 2002:223), *kontekst* kan være antall kilder journalisten har med i artikkelen. Artikkelens form og innhold lar seg blant annet behandle som tall (Østbye et al., 2002:216). Med utgangspunkt i dette ble en kvantitative innholdsanalyse det beste valget for oppgavens problemstilling. En kvantitativ innholdsanalyse er “...dataregistrering og analyseteknikker som søker mot en systematisk, objektiv og kvantitativ beskrivelse av innholdet i et budskap” (Østbye et al., 2002:215).

Valg av variabler skal springe ut av problemstillingen, som Østbye et al. (2002:223) presiserer. Variablene i denne oppgaven skulle si noe om hvordan digital mobbing fremstilles i media, hvordan organisasjoner kommer fram i dette bildet og hvordan leseren forstår dette bildet. Jeg er med andre ord på utkikk etter å dekke det som lar seg dekke kvantitativt i en artikkel.

4.3.1 OPPGAVENS ENHETER, VARIABLER & KATEGORIER

Et viktig aspekt ved en variabel, er som Østbye et al. (2002) bemerker, at den “...blir mest mulig endimensjonal når den kodes” (s. 227). Variablene bør også være gjensidig utelukkende. De må også i følge Riffe et al. (2005:88) “...reflect the purpose if the research [...] be exhaustive, [...] be independent, [...] and] be derived from a single classification principle”. Med dette mener de at variablene skal reflektere problemstillingen, der variablene får sine rette verdier og at verdien ikke påvirker plasseringen av de resterende verdiene, dvs. at kategoriene på hver variabel må være gjensidig utelukkende. Målenivået for de fleste variablene som jeg presenterer nedenfor er på nominalnivå – det vil si at tallene brukes for hver av verdiene nærmest

som “...merkelapper for å markere at verdiene er forskjellige og gjensidig utelukkende” (Grønmo, 2007:115). Ved tilfeller der jeg brukte andre målenivåer presisere jeg det der det gjaldt.

Ved å fastlegge målenivå og antall variabler ble oppgavens kodeskjema utarbeidet. Kodeskjemaet ble grunnlaget for analysen i PASW Statistics, som er et statistikkprogram for kvantitativ analyse. Variablene i kodeskjemaet ble utarbeidet på grunnlag av oppgavens teorikapittel. Kodeskjemaet ble så plassert i en kodebok slik at andre forskere kan gå tilbake og “teste” funnene jeg har gjort. Riffe et al. (2005:127) utdyper at viktigheten ved kodeboken er som følgende “...it is the documentary record that defines the study in general and the coding rules applied to content in particular [...] the protocol specifies the study’s conceptual and operational definitions and the ways they are to be applied” (Riffe et al, 2005:127-8).

Opgavens kodeskjema ble delt inn i fire ulike temaområder – disse var *Generell informasjon*, *Digital mobbing*, *Kildebruk* og *Organisasjoner*. Noen av disse temaområdene ble igjen delt inn i undertemaer før de ble kategorisert og variablene ble fastsatt. Jeg endte med 54 variabler som jeg i grove trekk vil omtale i det følgende.

DEL I – GENERELL INFORMASJON

Denne delen av kodeskjemaet tok for seg den generell informasjonen rundt artiklene. Slik som dato for publisering, hvilken avis artikkelen stammer fra og hvem som var forfatteren. Den tok også for seg hvem som var hovedstemmen og målgruppen til artikkelen.

Konteksten og størrelsen på en artikkel er viktig når man ønsker å se hvordan en sak prioriteres (Østbye et al., 2002:221/228). Jeg hadde variabler som sa noe om sidetallet til artikkelen i avisen, hvor mange ord den hadde og om jeg fant det samme budskapet eller artikkelteksten igjen i andre aviser eller artikler. Variabelen med artikkelens plassering fungerte kun på artikler fra papiravisene. Målenivået på plasseringsvariabelen var på ordinalnivå som vil si at den er både ulike og rangerbare, og ved å sammenlikne to verdier for en variabel vil verdien til den ene være større eller mindre enn den andre (Grønmo, 2007:115).

En annen viktig element i del I var hvem som var fokuset for artikkelen. Var det offeret eller mobberer, kanskje det var begge? Jeg valgt også å ha en kategori som

jeg kalte *Digital mobbing generelt*. Denne kategorien brukte jeg når artikkelen omhandlet forskning rundt digital mobbing eller hvor generelle tendenser rundt dette problemet ble beskrevet.

DEL II – DIGITAL MOBBING

Dette var den delen med flest variabler og flest kategorier – 35 variabler til sammen. Med bakgrunn i teorikapittelet delte jeg denne delen inn i følgende undertema; *Generell informasjon, Definisjon & karakteristik, Mobbeformer, Teknologi, Årsak & konsekvens, Mobbedata, Misoppfatninger og Annet*.

- *Generell informasjon*-delen omhandlet variabler som registrerte hvilket kjønn som ble mobbet og hvor mobbingen foregikk.
- *Definisjon & karakteristik*-delen hadde en variabel som spurte etter om artikkelen nevner en definisjon eller om det eventuelt kom fram en karakteristik på digital mobbing.
- *Mobbeform*-delen ble hovedsaklig til etter de formene som ble presentert i teorikapittelet. Jeg var svært påpasselig med å få definert og beskrevet formene så nøyaktig som mulig, slik at jeg enklest mulig kunne sette inn verdiene i riktig kategori. Jeg fant ut at mobbformkategoriene var gjensidig utelukkende, men opplevde ved en del tilfeller under testingen at artiklene ofte presenterte flere former for mobbing. Jeg valgte dermed å registrere hvilke hovedform og tilleggsform for mobbing som ble presentert. På denne måten kunne jeg forholde meg til både en hovedform for mobbing og samtidig ikke miste nyansene av mobbformer som artikkelen presenterte. Det var også til tider vanskelig å se hvilken form som ble presentert i artikkelen og jeg måtte dermed bruke skjønn på å plassere verdien i riktig kategori.
- *Teknologi*-delen spurte om hvilken teknologi som ble brukt for å mobbe. Jeg registrerte hvilke kanaler som ble brukt – e-post, sms, sosiale nettsider og så videre.

Denne delen ledet så videre til hvilken sosial nettverkssted som ble brukt, slik som Facebook og VGs Nettby⁵.

- *Årsak og konsekvens*-delen hadde variabler som registrerte hvilke motivasjonsfaktorer mobberen hadde og hvilke konsekvenser mobbingen hadde på offeret. Jeg stilte også spørsmålet om hvem som ble kontaktet fra offerets side da mobbingen startet.
- *Mobbedata*-variablene registrerte hvilke data artikkelen presenterer om digital mobbing. Dette kunne være tall som beskrev hvor ofte man ble mobbet og prosentandel som ble mobbet fordelt på kjønn. Målingsnivået for disse variablene var på forholdstallsnivå – der både avstand og forhold mellom verdier var mulig å beregne (Grønmo, 2007:115).
- *Misoppfatninger*-variablene registrerte om artikkelen bekreftet eller avkreftet misoppfatningene rundt digital mobbing.
- *Annet*-variablene registrerte om det hadde skjedd en kriminell handling, om teksten nevner noe om forebyggende arbeid og om det ble henvist til andre artikler om digital mobbing.

DEL III – KILDEBRUK

Kildene spiller en viktig rolle for hvordan informasjonen om digital mobbing blir utformet av journalisten. Denne delen tok dermed for seg ulike variabler for kildevalget til journalisten. Her så jeg på om journalisten bruker faktabokser og om det ble referert til forskning. Jeg så også på om fagfolk, skole, “vanlige folk”, organisasjoner, politi, statlige organer, næringsliv og politikere fikk uttale seg. Jeg tok med kategorien “vanlige folk” fordi, som Allern (2001:32) påpeker blir enkeltpersoner “...satt i fokus for å forenkle nyhetens sak slik at publikum lettere kan sette seg inn i og forstå problemet”. Jeg var dermed også interessert i å finne ut hvor

⁵ VGs Nettby ble i løpet av analyseperioden lagt ned og eksisterer ikke lengre.

mange saker som hadde med enkeltmennesker å gjøre. Jeg hadde også en variabel som sa noe om antall kilder i artikkelen – målenivået for denne variabelen var på ordinalnivå.

DEL IV – ORGANISASJONER OG STATLIGE ORGANER

En sentral del av problemstillingen er hvilken rolle organisasjoner og statlige organer spiller i det bildet nyhetsmediene tegner av digital mobbing. Jeg valgte å dele dette temaområdet inn i tre undertema.

Det første undertemaet skulle registrere de mest sentrale organisasjonene jeg hadde funnet som jobbet med digital mobbing. Listen bestod av seks aktører der jeg hadde to variabler. Den første spurte etter hvilken organisasjon som hadde hovedstemmen i artikkelen og den andre etter tilleggsstemmen. Jeg så også etter om artikkelen nevnte ulike kampanjer, programmer som jobbet direkte med digital mobbing – slik som *Bruk hue-turneen* eller *Du bestemmer*.

Det andre jeg ville registrere var private aktører som ble nevnt i artikkelen – både Telenor og Microsoft fikk ofte uttale seg og det var dermed interessant for meg å ta med disse.

I det siste undertemaet valgte jeg å registrere hvilke statlige organer som ble nevnt eller fikk uttale seg – dette kunne være Medietilsynet, Datatilsynet eller politiet. Her forkom det også ofte at flere fikk uttale seg og jeg måtte også her ta med en tilleggsvariabel.

PROBLEMER / STYRKER OG SVAKHETER

Det var flere problemer jeg støtte på under selve datainnsamlingen som jeg måtte løses underveis etter eget skjønn. Østbye et al. (2002:221) nevner hvilke problemer man kan få rundt større nyhetsoppslag eller såkalte feature-artikler. Disse artiklene inneholder ofte flere mindre artikler som til sammen utgjør en enkelt sak. En del av artiklene jeg analyserte var av slik karakter. Jeg valgte å analysere de mindre artiklene hver for seg – på denne måten kunne jeg få større variasjon samt registrere eventuelle nyanser artikkeluniverset tegnet av digital mobbing.

Et aspekt Grønmo (2007:200) poengterer er at “...én og samme tekst kan ha ulik mening for forfatteren og leserne”. Jeg prøvde å forholde meg så objektivt som

mulig i analysen ved å forholde meg til kodeskjemaet og samtidig prøve å ikke la meg påvirke av egne tanker og holdninger til temaet. Når jeg skulle se på hvilken holdningsladning artikkelen presenterte (positiv, negativ, nøytral) måtte jeg imidlertid se på innholdet. For å unngå feiltolkning av meningsinnholdet sier Grønmo (2007) at forskeren bør "...gjøre seg godt kjent med de konkrete tekstene som skal analyseres, samt de kontekstuelle forholdene i tilknytning til disse tekstene" (Grønmo, 2007:200) – noe jeg gjorde gjennom å lese gjennom artikkelen opptil flere ganger før jeg analyserte den.

Å ta med nyansene en artikkel presenterer er umulig i en kvantitativ innholdsanalyse. I analysen som følger vil dataen jeg ser på kunne gi en "...representativ oversikt over generelle forhold [og] bredde" (Grønmo, 2007:336) rundt problematikken om digital mobbing slik den er presentert i nyhetsmediene.

4.4 DATAKVALITET

Datainnsamlingen er en prosess som må ses på lik linje som en produksjonsprosess der data produseres for å belyse problemstillingen (Grønmo, 2007:217). I denne prosessen er det viktig at datakvaliteten ivaretas og det finnes to overordnede kriterier for kvalitetsvurderinger, henholdsvis *validitet* og *reliabilitet* (ibid: 220).

4.4.1 VALIDITET

Jeg har tidligere i oppgaven vist til valg jeg har gjort for å ivareta den eksterne validiteten (se avsnitt 4.2.2). Jeg vil her se nærmere på oppgavens *interne validitet*. Mens den *eksterne validiteten* gir uttrykk for hvordan resultatet kan generaliseres til vanlige situasjoner i samfunnet, dreier den *interne validiteten* seg om "...hvorvidt eksperimentet i seg selv er gjennomført på en tilfredsstillende måte" (Grønmo, 2007:233) slik at dataen best mulig svarer på de faktiske mål forskeren så for seg. Jeg har på flere måter prøvd å passe på at den *interne validiteten* opprettholdes. Mye av dette har jeg gjort nøye rede for ved å blant annet vise til variablene i kodeskjemaet og hvordan disse besvarer problemstillingen (se avsnitt 4.3.1) og vist til oppgavens forskningsplan (se avsnitt 4.1.1).

4.4.2 RELIABILITET

Jeg har i valget av aviser, artikler, variablene og kategoriene i kodeskjemaet og selve datainnsamlingen prøvd å være så nøyaktig som mulig slik at jeg opprettholder en høy *reliabilitet*. *Reliabiliteten* forteller noe om datamaterialets pålitelighet (Grønmo 2007:220) og er svært viktig i kvantitative undersøkelser.

Jeg hadde 55 variabler som skulle kodes på 110 artikler, hvor dette til sammen gav meg over 6050 valg jeg måtte foreta under hele datainnsamlingen. Å gjennomføre en tilsvarende innsamling av data med eksakt samme resultat vil i utgangspunktet ikke være mulig, det vil bli ulikheter når såpass mange kategorier er med i bildet. Jeg støtter meg på Grønmo (2007) som sier at i praksis er det ikke alltid "...mulig å gjennomføre gjentatte innsamlinger av data om de samme fenomenene, dels fordi mange samfunnsmessige fenomener er i stadig endring, dels fordi en del undersøkelsesopplegg er for komplekse eller for fleksible til at datainnsamlingen kan gjentas på nøyaktig samme måte" (s. 220).

Jeg hadde noen variabler som kunne tolkes på forskjellige måter og som jeg på et senere tidspunkt valgte å ikke ha med i analysen. Jeg viser her til to eksempler, henholdsvis variabelen *Hva var hensikten bak artikkelen* og *Holdningsladningen til artikkelen*⁶. Begge variablene ble ikke med fordi jeg for det første, ikke hadde en god beskrivelse på hvordan man skulle forstå variablene og for det andre, bygget variablene på hva "magefølelsen" sa.

For å se til at reliabiliteten holdt mål valgte jeg å få andre til å kode et antall artikler. Jeg valgte å bruke en testmetode Grønmo (2007:224) definerer som *test-retest-metoden* som fungerer bra på kvantitative innholdsanalyse. Utgangspunktet er at man tester innholdet med en annen koder på et annet tidspunkt og ser hvor godt resultatene stemmer overrens med det jeg fikk under datainnsamlingen (Grønmo, 2007:224, Østbye, 2002:223). Jeg fikk hjelp av to personer som kodet 15 artikler hver, som til sammen utgjør nesten 30 % av artikkeluniverset. De fikk kodeboken min og plukket ut 15 tilfeldige artikler fra artikkeluniverset. Til sammen ville de måtte registrere 55 variabler på 15 artikler som ville gi dem 825 valg å foreta. Disse valgene skulle så sammenliknes opp mot mine resultater foretatt på de samme artiklene. I

⁶ Se Kodeboken i Vedlegg I på side 127 for en beskrivelse av variablene

følge Grønmo (2007:226) kan jeg regne ut hvor høy reliabilitet jeg har ved å dele antallet valg koderne hadde (her satt til N) som stemte overrens med mine (satt til 825), dette ville gi formelen:

$$N / 825 = resultat$$

Et *resultat* på 0 vil si ingen samsvar, mens et *resultat* på 1 vil si ikke noe avvik. Etter at begge mine kodere var ferdige, hadde min første koder 715 like svar, som gir et resultat på .87, mens min andre koder hadde 756 like svar, som gir et resultat på .92. Grønmo (2007:226) anser alt over .9 som høyt, derfor tyder resultatene på at reliabiliteten til oppgaven er høy nok.

Det var spesielt tre variabler som viste seg å være vanskelige å kode, disse spurte om *artikkelens målgruppe* (spm. 6⁷), *artikkelens hovedstemme* (spm. 7²) og *artikkelens fokus* (spm. 10²). Det viste seg å være vanskelig å kode disse variablene fordi det ikke står klart og tydelig i artikkelen hvem som er dens målgruppe, hovedstemme eller fokus. Dette førte til at jeg og testkoderen til tider måtte ta en skjønsmessig vurdering i forhold til hva vi trodde var den mest riktige kategorien å velge. I forhold til reliabilitetsresultatet jeg viste til over, var det spesielt blant disse variablene at de valgene jeg hadde tatt og de valgene koderne hadde tatt, hadde de største sprikene.

Det var også tre variabler som var spesielt vanskelige å forstå hvis en ikke hadde en god forståelse av teorien om digital mobbing. Disse variablene spurte om det kom klart hva digital mobbing er (spm. 14²), motivasjonsfaktoren for mobbingen (spm. 23²) og hvilken type mobberer var (spm. 24²). For mine kodere var disse variablene ikke lette å registrere og jeg måtte gi dem en tydelig forklaring på hva disse gikk ut på, samt gjøre beskrivelsen i kodeboken mer utfyllende.

Ut i fra testene jeg har gjennomført og med såpass mange variabler å kode pr artikkel mener jeg at reliabiliteten til oppgaven er blitt ivaretatt.

⁷ Se kodeskjemaet i Vedlegg I på side 127

5 FUNN OG ANALYSE

I dette kapittelet vil funnene fra datainnsamlingen presenteres. Kapittelet har samme struktur som kodeskjemaet og vil dermed starte med å presentere funnene fra *Generell informasjons*-delen, den vil deretter rette seg mot funnene som omhandler *Digital mobbing, Kildebruk og Organisasjoner*.

Jeg har valgt å benytte meg av to analysemåter, henholdsvis av univariat og bivariat analyse. I en univariat analyse ser man på én og én variabel, mens i en bivariat analyse ser man på flere variabler (Østbye et al. 2002), blant annet ved hjelp av kysstabulering. Den univariate analysen skal kaste lys på antall artikler og prosentfordelinger for hver variabel fra kodeskjemaet, mens jeg ønsker gjennom den bivariante analysen å se på sammenhengen mellom ulike variabler. Det jeg ønsker å oppnå, er som Østbye et al. viser til, å få en indikasjon på "...senderens intensjoner, [...] hvordan et medium påvirker og utformer et budskap, [...] og hvordan budskapet påvirkes av eller oppfattes av deltakerne i kommunikasjonsprosessen" (Østbye et al., 2002:236).

I metodekapittelet viste jeg til artikkeluniverset som skulle analyseres, som utgjorde 110 artikler hentet fra Aftenposten, VG og Dagbladet – både papir- og nettavis. I tabellene jeg presenterer nedenfor kommer jeg til å vise til antallet artikler registrert for variabelen og prosentfordelingen for hele artikkeluniverset (vist med symbolet %N). Funnene kommer til å bli diskutert opp mot teorien, og i de tilfellene der analysen har stor betydning for diskusjonen senere vil dette bli gjort rede for.

5.1 GENERELL INFORMASJON

Første del av kodeskjemaet skulle registrere generell informasjon om artiklene. I all hovedsak var dette informasjon som fortalte noe om hvem som har skrevet artikkelen og artikkelens innhold. Nesten halvparten av alle artiklene stammet fra Aftenpostens papir- eller nettavis, og der VG lå på andre plass (Tabell 32, Vedlegg III).

Et viktig aspekt å se nærmere på var hvem som stod bak artikkelen jeg skulle studere. Som tidligere nevnt er mange av nyhetsakene hos nyhetsredaksjonene kjøpt

inn fra flere ulike nyhetsbyråer. Tabell 5 viser en oversikt over hvor artiklene er hentet fra pr avis.

Tabell 5 Fordeling i antall artikler over hvem som er forfatteren av artikkelen

	VG	VG Nett	DB	DB Nett	Aften	Aften Nett	Totalt (%N)
Avisredaksjon	16	13	11	10	11	13	74 (67 %)
Kommentar/leserinn	0	0	0	0	10	3	13 (12 %)
NTB	0	5	0	1	5	5	16 (14 %)
Avisred. og NTB	0	1	0	1	0	1	3 (3 %)
Annen avis	0	2	0	0	0	0	2 (2 %)
Andre	0	0	0	0	1	0	1 (1 %)
Forfatter ikke kjent	0	0	0	0	0	1	1 (1 %)
Totalt N	16	21	11	12	27	23	110 (100 %)

Som tabell 5 viser kommer 67% av alle artiklene fra avisens egen redaksjon. Det var nesten like mange artikler fra NTB (14%) som det var artikler av type leserinnlegg/kommentarer (12%) fordelt blant analyseartiklene. Leserinnlegg/kommentar kategorien brukte jeg på artikler som var sendt inn til avisen av lesere. Alle artiklene av slik art var publisert i Aftenpostens leserinnleggssider for ungdom (Si;D) hvor dette utgjorde 13 artikler.

ARTIKLENES INNHOLD

Godt over halvparten (58%) av alle artiklene omhandlet én enkelt sak, mens 8% av artiklene fokuserte på flere saker (Tabell 33, Vedlegg III). Så og si alle (94%) artiklene hadde saker fra Norge. To artikler (2%) omhandlet en sak fra utlandet mens fem artikler (4.5%) presenterte en sak fra Norge og utlandet.

En viktig variabelen for diskusjonen som følger er hvem som var *Artikkelens målgruppe* (Tabell 34, Vedlegg III) – det vil si hvem rettet artikkelen seg mot. For meg var det interessant å se på om artiklene rettet seg mot *barn og ungdom, foreldre, skole* eller *barn/ungdom og foreldre*. En artikkel som rettet seg mot *barn og ungdom* ville fokusere på hvilke uheldige konsekvenser mobbing gjennom mobiltelefoner hadde, der den også kunne henvise til Røde kors' krisetelefon. En artikkel rettet mot *foreldre* kunne blant annet fokusere på hvordan mobilmobbing har økt den siste tiden,

der saker har endt i Konfliktrådet. Informasjon rundt tiltak for mobilbruk for barna kunne også bli presentert. Artikler rettet mot *skolen* viste ofte til hendelser der skolen ikke grep inn tidsnok og som fikk konsekvenser for offeret. Her ville ofte skolens rektor og eventuelt en liten gruppe med elever bli intervjuet, og der ulike tiltak mot mobbing også kunne bli presentert. 37% av artiklene rettet seg mot *foreldre*, mens nesten det samme antallet (34%) rettet seg mot både *barn og ungdom samt foreldre*. 15% av artiklene rettet seg kun mot *barn og ungdom*, og det samme gjaldt artikler som rettet mot *skolen* (13%). Som funnene viser utgjør foreldrene en viktig målgruppe for artiklene der de er målgruppen i over 70% av artiklene.

I en artikkel er det som oftest en person som er hovedstemmen. Variabelen *hovedstemme* så etter hvem denne personen var (Tabell 35, Vedlegg III). Variabelen ble delt inn i kategoriene: *Organisasjon, Journalist, Foreldre, Barn/Ungdom, Skole, Politi, Mobber, Offer, Fagfolk, Stat/politikere, flere av de over og andre*. I 18% av artiklene var det flere hovedstemmer – dette kunne foreksempel være et offer og en organisasjon, elever og rektor eller offer og foreldre, som fikk like mye spalteplass. I artikler som presenterte funn fra en undersøkelse eller der konsekvensene av mobilmobbing ble presentert og der ingen andre enn *journalisten* “snakket”, ble *journalisten* registrert som hovedstemme. I 15% av artiklene var dette tilfellet. Deretter fulgte *skolen*, som oftest en rektor, med 12%, *fagfolk* med 10% og *organisasjoner, barn/ungdom og offer* med 9% hver. I kun én artikkel opplevde jeg at *mobberen* var i fokus. Dette var i artikkelen om “Mia” som mobbet andre systematisk, hun var flink på skolen noe som trolig bidro til at hun ikke ble oppdaget (Sveggum, 2008)⁸. Artikkelen forteller hennes historie, med innspill fra både organisasjoner, fagfolk og offere. Interessant nok er mange artikler rettet mot foreldre, men nesten ingen foreldre har hovedstemmen i artiklene – i kun 4% av artiklene (4 artikler) var dette tilfelle.

Hvem som var fokuset i artikkelen er en viktig variabel for diskusjonen. Variabelen *hvem/hva er fokuset for artikkelen* så nærmere på dette (Tabell 36, Vedlegg III). Jeg skilte mellom kategoriene *mobber, offer, institusjon/skole, mobber & offer, Digital mobbing generelt, “tradisjonell” mobbing generelt, nettvaner og annet*.

⁸ Se artikkelen på s.166

Kategorien som ble registrert flest ganger var *digital mobbing generelt* som utgjorde nesten halvparten av artiklene (46%). Jeg valgte å bruke denne kategorien når artikkelen kastet lys på digital mobbing gjennom blant annet å vise til hvilke konsekvenser dette hadde og hvor man kunne henvende seg hvis man opplevde å bli mobbet. I 23% av artiklene var *offeret* i fokus. Her ville det ofte være en historie om hvordan personen opplevde mobbingen. I 11% av artiklene ble fokuset rettet mot både *mobberen og offeret*. Det skrives åtte ganger flere artikler der *offeret* (25 artikler) er i fokus enn *mobberen* (3 artikler).

5.2 DIGITAL MOBBING

Under datainnsamlingen registrerte jeg i del II av kodeskjemaet variabler som omhandlet digital mobbing. Variablene ble delt inn i undertemaer som så etter *Generell informasjon, Definisjon & Karakteristikk, Mobbeformer, Teknologi, Årsak & konsekvens, Mobbedata, Misoppfatninger og Annet*. Analysen som følger vil ha den samme oppbygning som rekkefølgen av undertemaer presentert over.

5.2.1 DEFINISJON OG KARAKTERISTIKK

En viktig del å se nærmere på i diskusjonen er hvordan artiklene presenterer definisjoner og karakteristikk av digital mobbing. Jeg registrerte dermed under datainnsamlingen om artiklene nevnte en definisjon på digital mobbing og jeg så etter om det kom tydelig fram ulike karakteristikk. Tabell 6 viser en oversikt over funnene fra innsamlingen.

Tabell 6 Antall artikler som nevner definisjon og karakteristikk

	ANT. ART.	%N
Karakteristikk	47	43 %
Def. & kar.	4	4 %
Totalt	51	46 %

DEFINISJON

Slik tabell 6 viser, var det kun fire artikler som nevner en definisjon i artikkelteksten. Det vil si at i disse artiklene var det elementer, som presentert i teorikapittelet, som kan definere digital mobbing. Eksempler på slike elementer kan være at mobbingen kan være direkte eller indirekte, at den er systematisk, omhandler negative handlinger eller nevner nye medier som verktøy.

KARAKTERISTIKK

I motsetning til mangelen på definisjon ser vi i tabell 3 at det i nesten halvparten (43% +4%) av artiklene presenteres ulike former for karakteristikk som kjennetegner digital mobbing. Jeg valgte å ha med fire kategorier i karakteristikk-variabelen som best mulig illustrerte digital mobbing. Disse var *Anonymitet*, *Nå et stort publikum*, *Piling on* og *Bli nådd uansett* (i kodeskjemaet: *Teknologi muliggjør kontakt uansett hvor man er*). Tabell 7 viser fordelingen av disse variablene blant artiklene.

Tabell 7 Antall artikler med karakteristikk av digital mobbing

	ANT. ART.	%N
Anonymitet	13	12 %
Nå et stort publikum	9	8 %
Piling on	1	1 %
Bli nådd uansett*	20	18 %
Annet	3	3 %
Totalt	46	42 %

* i kodeskjemaet: *Teknologi muliggjør kontakt uansett hvor man er*

Slik tabell 7 viser var det to av kategoriene som skilte seg ut blant de resterende, henholdsvis kategorien *Bli nådd uansett* (18%) og *Anonymitet* (12%). Som jeg har forklart tidligere har mobiltelefoner og internett gjort avstanden mellom mennesker mindre, og i den virtuelle verden er den så og si borte. En person kan nås uansett hvor han/hun befinner seg. Derfor forundrer det meg ikke at denne kategorien kommer hyppigst fram. Det samme gjelder for så vidt også anonymitetskategorien. På nett kan man være anonym noe som blir en viktig faktor i hvordan man framstiller digital mobbing.

En annen kategori som skårer høyt var muligheten til å *Nå et stort publikum* med 8% av artiklene. Mange av artiklene beskrev hvordan MSN og SMS ble brukt som spredningskanaler av blant annet bilder av offeret. Bildet kunne dermed oppnådd et stort publikum, både offline og online.

5.2.2 MOBBEFORMER

Et av de vanskeligste variablene å definere, da jeg satte sammen kodeskjemaet, var mobbepormene. Noen av kategoriene var svært brede i sin forklaring, mens andre ble meget snevre. Samtidig er mobbepormene en viktig del diskusjonene, noe som gjorde at mobbepormene måtte være grundig forklart. Jeg registrerte under datainnsamlingen hvilken hovedform for mobbing som ble brukt og hvis det ble nevnt flere mobbepormer i artikkelen, registrerte jeg de resterende under tilleggsform. I tabell 8 viser jeg en oversikt over hvilke mobbepormer som ble registrert.

Tabell 8 Hvilken mobbeporm for digital mobbing presenteres i artiklene, hovedform og tilleggsform

	<i>HOVEDFORM</i>		<i>TILLEGGSFORM</i>	
	Ant. art.	% N	Ant. art.	% N
Trakassering, sjikanering	21	19 %	2	2 %
Flaming	0	0 %	1	1 %
Trolling	0	0 %	1	1 %
Identitetstyveri	3	3 %	2	2 %
Outing	1	1 %	1	1 %
Happy slapping	1	1 %	0	0 %
Seksuell trakassering	11	10 %	2	2 %
Ærekrenke/vanære	26	24 %	4	4 %
Totalt	63	57 %	13	12 %

I spørsmålet om hvilke mobbepormer artiklene presenterte valgte jeg å ha med alle kategoriene som jeg presenterte i teorikapittelet – ikke alle av dem ble derimot brukt, deriblant *nettforfølgelse* og *ekskludering*. Godt over halvparten (57%) av artiklene hadde med en eller flere av mobbepormer, men det var spesielt to stykker som skilte seg ut – *trakassering*, *sjikanerings*-kategorien med 19% og *ærekrenke/vanære*-

kategorien 24% av artiklene. Kun én artikkel nevner *trolling*, og da som tilleggsform, noe som forundrer meg noe da jeg håpet på å finne flere artikler som presenterte denne formen. På den andre siden er *Trolling* et begrep som har fått fotfeste den siste tiden. I 11 artikler (10%) finner jeg også mobbepformen *seksuell trakassering*, og som jeg senere skal vise skrives det mest om jenter som blir mobbet digitalt enn gutter.

5.2.3 TEKNOLOGI

I digital mobbing spiller teknologien en viktig rolle. Jeg ønsket å registrere hvilken teknologi og kanal som ble brukt i artiklene som tok for seg digital mobbing. Tabell 9 viser antall artikler som nevner teknologi. Jeg registrerte disse variablene når det kom tydelig fram i artikkelen hvilken teknologi som ble brukt.

Tabell 9 Antall artikler som viser hvilken teknologi som er brukt

	Ant. art.	%N
Mobil	17	15 %
PC	8	7 %
Begge	25	23 %
Totalt	50	45 %

Som tabell 9 viser, nevner nesten halvparten av artiklene (45%) en form for teknologi som en del av mobbingen, enten i form av mobil (15%), PC (internett) (7%) eller begge formene (23%). Kategorien *begge* ble oftest brukt (23%), fulgt av *mobil* (15%). Å fokusere kun på *PC'en* som en teknologi hvor mobbingen foregikk var mer uvanlig enn å fokusere på *mobilen* som en teknologi for mobbing. Dermed valgte journalistene for det meste å fokusere på begge teknologiformene enn kun på én enkelt.

MOBBEKANALER

Et aspekt som spiller en viktig rolle i diskusjonen er hvilke kanaler som brukes for å mobbe. Variabelen som så etter hvilke kanaler som ble brukt ble delt inn i kategoriene: *e-post*, *instant message* (IM, chatte-programmer), *chatterom* (chatting gjennom et nettsted), *sosiale nettsteder* (SNS - “Social Networking Sites”),

bloggsider, egenlagde *hjemmesider*, *diskusjonsforum*, *online spill* (virtuelle verdner og MMORPG - “Massively Multiplayer Online Role-Playing Game”), *avstemningssider* (deiligst.no), *SMS*, *MMS* og *video* på mobil. Tabell 10 viser hvilke kanaler som ble brukt mest og hvilke tilleggskanaler som ble nevnt i artiklene.

Tabell 10 Antall artikler som sier noe om hvilken kanal ble brukt, både hoved- og tilleggsform

	<i>Hovedkanal</i>		<i>Tilleggskanal</i>	
	Ant. art.	%N	Ant. art.	%N
IM	6	5 %	6	5 %
Chattrom	5	4 %	0	0 %
SNS	27	24 %	6	5 %
Blogg	8	7 %	2	2 %
Hjemmelaget side	3	3 %	0	0 %
Avtemningside	1	1 %	1	1 %
SMS (tekstmld.)	6	5 %	2	2 %
MMS	4	4 %	3	3 %
Video på mobil	2	2 %	0	0 %
Flere av disse	1	1 %	8	7 %
Annet	4	4 %	1	1 %
Totalt	67	61 %	28	25 %

Tabell 10 viser at 61% av artiklene skriver om hvilken kanal mobbingen foregikk, der den desidert største av disse kanalene var *sosiale nettsteder* (25%). Ingen andre kanaler kom i nærheten av denne kategorien – neste var *blogg* med 7% og *IM* med 5%. Årsaken til at *sosiale nettsteder* får slik oppmerksomhet ligger nok i at denne kanalen har en høy brukermasse.

I tilfellene der et sosialt nettsted ble registrert som kanal registrerte jeg også hvilket sosialt nettsted det var snakk om (Facebook, MySpace etc). Analysen viser at det er Facebook (FB) som er det sosiale nettstedet med flest treff (Tabell 37, Vedlegg III). Jeg har også tidligere belyst at den største delen av aktivitetene på nett skjer på sosiale nettsteder, online spill, blogg og diskusjonsfora. Tallene stemmer godt overens med at både SNS og blogg har høy aktivitet og dermed også oppnår høy fokus fra journalistens side. Selv om FB blir oftest nevnt var det flere artikler som nevnte opptil

flere sosiale nettsider som potensielle mobbenettsteder – slik som VGs Nettby og YouTube.

5.2.4 ÅRSAK OG KONSEKVENNS

Å bli mobbet har mange konsekvenser for offeret og er et viktig område for diskusjonen senere. Det finnes også mange årsaker til hvorfor noen blir mobbet og hvorfor noen mobber. Variabelen som så etter konsekvensene av mobbingen ble delt inn i kategoriene: *Psykiske problemer*, *Dårlig prestasjon på skolen*, *Selvordstanker (selvmord)*, *“Brydde meg ikke”*, *Lei seg/såret*, *Får konsekvenser* og *Annet*. Tabell 11 viser en oversikt fra datainnsamlingen rundt konsekvensene av digital mobbingen.

Tabell 11 Antall artikler som sier noe om konsekvensene av digital mobbing

	Ant. art.	%N
Psykiske problemer	10	9 %
Selvordstanker	5	4 %
Lei seg eller såret	16	14 %
Får konsekvenser	14	13 %
Annet	2	2 %
Totalt	47	43 %

Tabell 11 viser at nesten halvparten (43%) av artiklene viser til konsekvensene av digital mobbing. At offeret viser tegn på å være *lei seg eller såret* (14%) eller at mobbingen *får konsekvenser* (13%) var de variablene som ble registrert flest ganger. At offeret viste tegn på å bli mobbet kommer fram i 10 artikler (Tabell 38, Vedlegg III).

Det er flere motivasjonsfaktorer for mobbingen, slik som *hevn*, *“fordi de fortjener det”*, *for gøy*, *“jeg hater dem”*, *“fordi andre gjør det”*, *“fordi de plager meg på skolen”*, og for å *få ut aggresjon*. I 14 artikler kom det fram én motivasjonsfaktor, hvor det i 7 av disse artiklene ble mobbingen beskrevet slik hen at det ble gjort *for gøy*, fulgt av kategorien *jeg hater dem/han/henne* med 4 artikler (Tabell 39, Vedlegg III). Kategorien *for gøy* ble brukt når artikkelen beskrev hendelser der mobberen mobbet for å se tøff eller kul ut. Det finnes også etter teorien å dømme, flere ulike

typer av mobbere med ulike motivasjoner for å mobbe og funnene viser at det er *the power-hungry* mobbetypen som kom hyppigst fram blant artiklene (Tabell 40, Vedlegg III).

OFFERET OG MOBBINGEN

Offeret ble ofte mobbet på skolen tyder funnene på, som viser at i 21% av artiklene foregikk mobbingen på skolen, og i 10% skjer det både på skolen og hjemme (Tabell 41, Vedlegg III). Samtidig viser funnene at det i de fleste artiklene som sier noe om hvem som mobbet var det medelever som mobbet (Tabell 42, Vedlegg III). Samtidig skriver 20% av artiklene at offeret forteller noen om mobbingen – der funnene viser at det enten er foreldre eller politiet som ble kontaktet (Tabell 53, Vedlegg III).

5.2.5 MOBBEDATA

Under datainnsamlingen ønsket jeg å se etter hvordan forskningstall ble presentert. Jeg så etter mobbedata, enten i form av prosentfordeling eller om det økte eller sank, hvilket kjønn som mobber og hvor tallene var hentet fra. Dette er viktige områder som spiller en sentral rolle i diskusjonen, der mobbedataen skal fortelle noe om alvorret rundt digital mobbing.

I 30% av artiklene ble det henvist til mobbedata (Tabell 43, Vedlegg III). I spørsmålet om hvor mange prosent av barn og unge som blir mobbet digitalt, spriket tallene fra 3% til 70%. Jeg fant verdien 70% i blant annet artikkelen til Engh (2010a) *Digital mobbing øker kraftig* der spørsmålsformuleringen var; “har du eller kjenner du noen som har blitt utsatt for digital mobbing?”. Med verdiene 70% inkludert ble den gjennomsnittlige mobbeprosenten på 24%, men de mest brukte verdien lå på henholdsvis 10% og 15%. Disse tallene utgjorde nesten halvparten (42% (18%+24%)) av de artiklene som presenterte mobbedata. Disse tallene er litt høyere enn det EU Kids eller Medietilsynet legger fram. EU Kids viser til at 8% bli mobbet digitalt mens Medietilsynet viser til at 10% blir mobbet gjennom sosiale nettsteder eller 9% gjennom MSN (se avsnitt 3.2.6 s. 43).

Ikke alle artikler viste til konkrete tall, men kunne på den andre siden ha overskrifter som lød *Kraftig økning i mobbing* (Ertesvåg & Bones, 2009) eller *Digital mobbing øker kraftig* (Engh, 2010a). I 30% av artiklene fant jeg verdier som sa noe

om hvilken vei digital mobbing tok – enten den økte eller sank (Tabell 44, Vedlegg III). I 86% av disse artiklene økte digital mobbing. Kun et fåtall artikler (5 stykk) skrev at digital mobbing ville synke. I 11 artikler der digital mobbing går opp, blir også flere av misoppfatningene brukt (Tabell 45, Vedlegg III), blant annet at *digital mobbing er i stor vekst*. Det er til sammen 31 artikler som forteller at digital mobbing øker og 16 av disse artiklene var fra 2008 (Tabell 46, Vedlegg III). Det er rundt 2008 at digital mobbing for alvor får fotfeste i norsk presse, og dette kan også være grunnen til at journalistene på den tiden så på dette som et økende problem.

Jeg har prøvd å kartlegge hvor mobbedataen ble hentet fra (Tabell 47, Vedlegg III). Blant de kategoriene som jeg selv hadde definert, hvor disse var: *Norstat*, *Medietilsynet*, *SSB*, *Redd Barna*, *EU Kids*, *TNS Gallup* og *Andre*, presenterte 11 av 50 artikler (10%) rapportene til *Medietilsynet*. Deretter fulgte rapportene fra Senteret for atferdsforskning i Stavanger (SAF) med 9 artikler (8%). Men det største antallet av funnene falt på kategorien *andre* med 23 artikler (21%). Jeg valgte å bruke denne kategorien når det var utydelig hvor mobbedataen hadde blitt hentet fra eller når kilden var andre aktører som ikke stod på listen.

5.2.6 MISOPPFATNINGER RUNDT DIGITAL MOBBING

Et av de viktigste områdene for diskusjonen er hvilke misoppfatninger som jeg finner igjen blant artiklene. Som jeg har poengtert finnes det en del misoppfatninger rundt digital mobbing som jeg har prøvd å se om artiklene avkrefter eller bekrefter. Tabell 12 viser en oversikt over funnene fra datainnsamlingen. Oversikten viser antallet artikler som bekreftet misoppfatningene og antall artikler som avkreftet misoppfatningene.

Tabell 12 Oversikt over misoppfatninger rundt digital mobbing som ble bekreftet og avkreftet

	Bekreftet		Avkreftet	
	Ant. art.	% N	Ant. art.	% N
Jenter mobber mest på nett	6	5 %	5	4 %
Mer digital enn "trad." mob.	1	1 %	0	0 %
Stor vekst i digital mobbing	11	10 %	2	2 %
Totalt	21	19 %	8	7 %

Som tabell 12 viser, nevner 11 artikler at digital mobbing er i stor vekst i motsetning til hva den faktisk er – kun 2% avkrefter denne påstanden. Med såpass mange artikler som bekrefter påstanden og få som avkrefter den kan mange lesere fort tro at digital mobbing er i stor vekst – jeg kommer tilbake til dette i diskusjonskapittelet.

Basert på tallene fra EU Kids og Medietilsynet er fordelingen blant jenter og gutter som mobber helt likt, noe jeg også forholder meg til i oppgaven. Ser vi på tabell 14 viser seks artikler at jenter er de som mobber mest på nett, men på den andre siden er det fem artikler som avkrefter denne myten. Så myten om at jenter mobber mest på nett balanseres ut for denne variabelen.

Der tabell 13 viste til misoppfatningene, viser tabell 15 en oversikt over hvilket kjønn som er artikkelens fokus. I hver artikkel som omhandlet en mobbesak ble kjønnen til offeret eller mobberen registrert.

Tabell 13 Antall artikler som sier noe om hvilket kjønn som blir mobbet eller er i fokus

	Ant. art.	% N	%
Gutt/Mann	13	12 %	23 %
Jente/Kvinne	32	29 %	57 %
Begge	7	6 %	12 %
Usikker	4	4 %	7 %
Totalt	56	51 %	100 %
Ingen kjønn registrert	54	49 %	
Totalt for N	110	100 %	

I over halvparten av artiklene (51%) kommer det fram hvilket kjønn som er fokuset for artikkelen. Av disse artiklene fokuserer 57% på jenter/kvinne og 23% fokuserer på gutt/mann, og i 7% er fokuset på begge kjønn. Samlet sett handler 29% av alle artiklene om jenter og 12% om gutter. Så selv om tabell 12 viser at det er nesten like mange artikler som bekrefter og avkrefter misoppfatningen av at jenter mobber mest på nett, viser tabell 13 at jenter uten tvil er det kjønnen som oppnår størst fokus i artikler som omhandler digital mobbing.

5.2.7 ANNET – DIGITAL MOBBING OG KRIMINELLE HANDLINGER

Alvoret i en mobbesak bli fort forsterket i det politiet trekkes inn. Jeg ønsket å kartlegge antall saker som trakk inn politiet. Jeg ønsker senere å drøfte blant annet forholdet mellom mobbeformer og politianmeldte saker. Variabelen *Har det forekommet en kriminell handling?* skulle registrere om saken journalisten beskrev ble anmeldt. Det var for min del også viktig å kartlegge om artiklene sa noe om forebyggende arbeid, om det ble henvist til andre artikler, enten gjennom eksterne lenker på nett eller andre artikler på samme side i papiravisen, og om det stod noe om tiltak som kunne iverksettes hvis mobbingen først hadde startet.

I 29 (26%) artikler ble saken politianmeldt (Tabell 48, Vedlegg III). Jeg registrerte variabelen som sa noe om anmeldelse hver gang politiet kom ut og sa noe om saken, eller om det stod klart at saken var anmeldt.

Tabell 14 sier noe om forebyggende arbeid. slikt arbeid kunne være informasjon om hvor man kan henvende seg ved mobbing, hva man kan gjøre for å slette uønskede meldinger eller hva som er ulovlig å gjøre på nett.

Tabell 14 Antall artikler som nevner forebyggende arbeid

	Ant. art.	%N
I teksten	23	21 %
Faktaboks	7	6 %
Tekst & faktaboks	7	6 %
Totalt	37	34 %

Det kommer fram i tabell 14 at en god del journalister viser til forebyggende arbeid i artikkelteksten og det gis også en del informasjon om hvilke tiltak som kan iverksettes hvis mobbingen også først hadde inntruffet (Tabell 49, Vedlegg III). Informasjon om hva som kunne gjøres hvis mobbingen først inntraff, kunne være hvilke instanser man kunne kontakte, som f.eks. politiet, slettmeg.no eller Konfliktrådet, det kunne også være informasjon om Telenors mobbefilter, eller hva man selv kunne gjøre for å ordne opp i saken. Funnene viser at i 20 artikler ble det gitt informasjon på hva kunne gjøre hvis mobbingen først inntraff.

I 44 artikler henviser eller lenker artikkelen til andre artikler om digital mobbing – enten i form av eksterne lenker på nett eller gjennom featurereportasjer i papiravisene (Tabell 50, Vedlegg III). Ved å krysstabulere *type avis* med artikler som *henviser til andre artikler* viser det seg at nettavisene henviser i 25 artikler mens papiravisene henviser i 19 artikler, dermed er det noe vanligere å gjøre dette på nett (Tabell 51, Vedlegg III).

Ved å krysstabulere variablene som sa noe om saken artikkelen skrev om var politianmeldt med variablene som sier noe om digitale mobbeformer, forebyggende arbeid og tiltak ved mobbing, kommer det fram flere data som vil bli spennende å diskutere senere. Av 29 artikler der saken ble politianmeldt presenterte 13 av disse artiklene hvordan man kunne forebygge digital mobbing (Tabell 54, Vedlegg III). Samtidig viste 9 artikler, der saken ble politianmeldt, til tiltak mot mobbing (Tabell 55, Vedlegg III). Dette kan tyder på at i alvorlige saker er det ikke uvanlig å gi informasjon om hva som kan gjøres for å forebygge mobbing.

Som jeg tidligere har skrevet kan de ulike mobbeformene noen ganger ende med en kriminell handling (se avsnitt 3.2.2). En kriminell handling kan blant annet være online trakassering, nettfølgelse eller seksuell trakassering. I de artiklene som jeg registrerte en politianmeldelse var det i følge offeret eller politiet som uttalte seg begått en kriminell handling. Av de 29 artiklene der en kriminell handling inntreffer, presenteres det i 27 av disse artiklene en mobbeform, slik som trakassering og identitetstyveri (Tabell 52, Vedlegg III). Mobbeformene trakassering og sjikanering, seksuell trakassering og ærekrenkelser fordeler seg likt blant de 27 artiklene.

5.3 KILDEBRUK

Den tredje delen av kodeskjemaet skulle belyse kildebruken i artikkeluniverset. Denne delen bestod av 11 variabler som spurte etter hvem som kom til orde og én variabel som registrerte antall kilder i artikkelen. Tabell 15 viser en oversikt over antall kilder pr artikkel og antall kilder pr avis. Tabellen ble delt inn i to kolonner. Kolonne 1 viser fordelingen av kilder blant artiklene. Kolonnen viser også antallet kilder som er mest vanlig blant artiklene. Siste kolonne viser fordelingen av kilder mellom avisene.

Tabell 15 Oversikt over antall artikler med et antall kilder og kildefordelingen pr avis

	Kolonne 1			Kolonne 2		
	Antall kilder pr artikkel			Antall artikler med kilder pr avis		
	Ant. artikler	%N		VG	DB	Aften
Antall kilder	0	7	6 %	1	0	6
	1	24	22 %	6	6	12
	2	26	24 %	10	3	13
	3	21	19 %	9	5	7
	4	12	11 %	6	1	5
	5	6	5 %	1	2	3
	6	7	6 %	2	3	2
	7 - 19	7	6 %	2	3	2
	Totalt	110	100 %	37	23	50

- - - Prikkete linjer viser høyest konsentrasjon av artikler

Kolonne 1 i tabell 15 viser at det er en til tre kilder som er mest vanlig for journalistene å bruke, hvor dette utgjør 65% av kildebruken blant artiklene. Som en også kan se fra tabellen er det kun i 6% av artiklene flere enn syv kilder.

I kolonne 2 kommer det fram hvilke aviser som har flest eller færrest kilder pr artikkel, både for papir- og nettartikler. VG (25 artikler) og Aftenposten (32 artikler) er de avisene med flest artikler med én til tre kilder, de er også avisene som dominerer med artikler som har mellom fire og seks kilder. Årsaken til at Dagbladet ikke skårer så høyt er at avisen er den med færrest artikler i artikkeluniverset.

5.3.1 ARTIKLENES KILDER

Et annet viktig aspekt ved journalistikken er om alle kildene kommer til orde. Det er som tidligere belyst viktig å se etter hvem journalisten velger å la komme til orde, det er også like viktig å vise til hvem som ikke gjør det. I artikkeluniverset så jeg etter om individer som det ble referert til også fikk komme til orde. For eksempel i en mobbesak der offeret ble mobbet på skolen og der både elever og lærere ble omtalt ønsket jeg å registrer om alle også fikk uttale seg. Variabelen *Kommer alle kildene til*

orde skulle registrere dette (Tabell 56, Vedlegg III). I 40% av artiklene kom alle kildene til orde. I de resterende var det flere kilder som ble nevnt, men som ikke fikk uttale seg.

Det er kildevalget til journalisten som signaliserer hvilke institusjoner og personer det er lurt å lytte til. Samtidig er også journalisten avhengig av utspill fra ressurssterke og innflytelsesrike kilder. Med utgangspunkt i journalistens kildevalg ønsker jeg senere å diskutere hvem som kommer til orde i artiklene. Dette er viktig å forstå ettersom det bildet leseren sitter igjen med av digital mobbing påvirkes av hvem som kommer til orde. Jeg registrerte åtte ulike variabler som skulle fortelle noe om hvem som kom til orde, disse var: *eksperter/fagfolk*, *skole*, *“vanlige” folk*, *organisasjoner*, *politi/rettsvesen*, *myndigheter/statlige organer*, *mediene/journalist* og *næringsliv/politikere/enkeltpersoner i toppsjiktet*. Tabell 16 viser en oversikt over hvilke kilder som kom til orde i artikkeluniverset.

Tabell 16 Oversikt over hvilke kilder som kommer til orde i artiklene

	Ant. art.	%N	
Fagfolk	25	23 %	Topptunge kilder
Organisasjoner	19	17 %	
Stat/regjering	44	40 %	
Ledere/politikere	10	10 %	
Skole	23	21 %	
“Vanlige” folk	35	32 %	
Politi/Retsvesen	13	12 %	

N=110

DE “TOPPTUNGE” KILDENE

Som jeg tok opp i teorikapittelet er det i følge Allern (2005) slik at kildebruken i norske aviser er “topptunge”, det vil si at kildene er hentet fra ledelsen i næringslivet, bedrifter og organisasjoner. Samtidig er det også viktig å understreke at det i følge ham er representanter for organisasjoner og institusjoner, individer som er “autoriserte vitere” som er de mest brukte kildene. Blant mine kategorier ser jeg på *eksperter/fagfolk*, *organisasjoner*, *myndigheter/statlige organer* og *næringsliv/politikere/*

enkeltpersoner i toppsjiktet som “topptunge” kilder. Disse fordelte seg på følgende måte blant artiklene.

Tabell 16 viser at i 23% av artiklene kom *eksperter* eller *fagfolk* til orde. Dette kunne være psykologer, pedagoger og ungdomsarbeidere samt fagfolk og eksperter innen mobbe-problematikken.

I 17% av artiklene fikk *organisasjoner* uttale seg. Dette kunne være organisasjonens talsmann/kvinne eller andre som representerte organisasjonen.

I 40% av artiklene kom *staten eller myndighetene* til orde. Dette kunne være uttalelser fra ulike departementer eller andre statlige instanser, slik som medietilsynet eller Konfliktrådet.

I 9% av artiklene fikk også *politikere og ledere* i andre forvaltninger uttale seg. Dette kunne være enkeltindivider som uttalte og som ikke kunne plasseres i de andre variablene. Her ville for eksempel politikere og uttalelser fra personer i Telenor eller Microsoft bli registrert.

Det er uten tvil *stat/myndigheter* som får uttale seg mest i artiklene jeg analyserte. Som et av de ledende institusjonene innen digital mobbing blir Medietilsynet ofte brukt som kilde og er nok dermed årsaken til at tallet er såpass høyt. Det er tydelig at representanter for organisasjoner og institusjoner, og individer som er “autoriserte vitere” kommer ofte til orde, noe som samsvarer med det Allern (2001) påpeker.

“VANLIGE” FOLK, SKOLE OG RETTSVESEN

Av variablene som sa noe om “vanlige” folk, skole og politi som kilder, kom det fram at i nesten 32% av artiklene var det “*vanlige*” folk som kom til orde, slik tabell 16 viser. Denne variabelen ble brukt når offer, mobber, foreldre og tilskuere fikk uttale seg. Jeg brukte også denne variabelen når elever på skolen uttalte seg - og på denne måten skilte jeg mellom skole variabelen og vanlige folk variabelen.

I 21% av artiklene kom *skolen* til orde. Dette kunne være lærere eller skolens rektor som uttalte seg om en spesifikk mobbesaker eller mer om digital mobbing generelt som et problem.

I 12% kommer *politiet, Kripas* eller annen rettsinstans til orde. I de fleste tilfellene blant artiklene kom politiet ut med uttalelser rundt saken. Her kunne det

være snakk om at de ba folk om å politianmelde mobbingen (Samuelsen, 2008), at politiet ikke kunne gjøre noe hvis saken ikke ble politianmeldt (Hersest & Johansen, 2009), eller at politiet så svært alvorlig på digital mobbing (Engh, 2010b).

FAKTABOKSER & FORSKNING

For meg var det viktig å se etter om artikkelen refererte til forskning eller hadde faktabokser, siden dette sier noe om hvordan viktig informasjon om digital mobbing bli belyst. Jeg hadde to variabler som så etter dette, henholdsvis variablene *Faktaboks i artikkelen?* og *Refereres det til forskning?*.

Faktaopplysninger i form av faktabokser var også en viktig del i hvordan journalisten formidler en sak om digital mobbing. Slike faktaopplysninger kan være en viktig kilde til viktig informasjon om mobbing for leseren. I 26% av artiklene var det faktabokser (Tabell 57, Vedlegg III). I faktaboksene kunne det blant annet stå hvordan man forebygget mobbing, hvilke tiltak som kunne gjøres eller hvem man kunne kontakte hvis man ble mobbet. De ulike karakteristikene digital mobbingen hadde var veldig vanlig å finne i slike faktabokser.

I både artikkelteksten og i faktabokser ble det ofte referert til forskning. Dette var forskning som omhandlet både mobbing og digital mobbing og der det i 45% av artiklene ble brukt slik informasjon (Tabell 58, Vedlegg III).

5.4 ORGANISASJONER

For å få et innblikk i hvordan organisasjoner kommer frem i artikkeluniverset skulle fjerde del av kodeskjemaet registrerte organisasjonenes tilstedeværelse. Kodeskjemaet så etter de mest sentrale organisasjonene, eventuelle private aktører og hvilke statlige organer som kom til orde. Organisasjonene og de statlige organenes tilstedeværelse i artikkelsamlingen utgjøre et viktig bidrag til diskusjonen senere i oppgaven.

ORGANISASJONER

Variablene som så etter hvilke organisasjoner som nevnes ble delt inn i kategoriene: *Redd barna*, *Barnevakten*, *Foreldreportalen*, *Røde kors* og *Andre* (for eksempel SINTEF). Tabell 17 viser fordelingen av organisasjoner blant artiklene. Tabellen sier

noe om antall artikler som nevner en hovedorganisasjon og eventuelt en tilleggsorganisasjon.

Tabell 17 Antall artikler som henviser/refererer til en organisasjon, både som hoved- og tilleggsstemme

	<i>Hovedstemme</i>			<i>Tilleggsstemme</i>	
	Ant.art.	%N	%	Ant. art.	%
Redd Barna	2	2 %	8 %	0	0
Barnevakten	15	14 %	60 %	5	46 %
Røde Kors	6	5 %	24 %	3	27 %
Andre	2	2 %	8 %	3	27 %
Totalt	25	23 %	100 %	11	100 %

Slik tabell 17 viser nevnes eller refereres det til en organisasjon i 25 (23%) artikler. I de artiklene som nevner organisasjoner er det Barnevakten som nevnes flest ganger. De utgjør 60% av artiklene der en organisasjon nevnes. Deretter følger Røde kors som nevne i 24% av artiklene og med færrest artikler finner vi Redd barna og kategorien *andre*.

STATLIGE ORGANER

Sammen med organisasjoner ønsket jeg også å registrere hvilke statlige organer som ble nevnt i artiklene. Jeg utarbeidet en liste over de mest sentrale organene som hadde tilknytning til digital mobbing, der disse var: *Medietilsynet*, *Datatilsynet*, *Konfliktrådet*, *Kripos/politi*, *Barneombudet* og *Teknologirådet*. I tillegg til disse tok jeg også med kategorien *Regjering/Parti/Staten* i tilfelle andre organer fikk uttale seg, eller om det var representanter fra et parti som hadde ting å si om digital mobbing. Tabell 18 viser en oversikt fra datainnsamlingen. Her viser jeg antall artikler som nevner myndighet/stat, både som hoved- og tilleggsstemme.

Tabell 18 Antall artikler som henviser til en statlig organ, både som hoved- og tilleggsstemmen

	<i>Hovedstemme</i>		<i>Tilleggsstemme</i>	
	Ant. art.	%N	Ant. art.	%
Medietilsynet	21	19 %	3	14 %
Datatilsynet	2	2 %	6	27 %
Konfliktrådet	12	11 %	4	18 %
Regjering/Stat	4	4 %	5	23 %
Kripos politi	8	7 %	0	0
Barneombudet	2	2 %	0	0
Teknologirådet	3	3 %	0	0
Andre	15	14 %	4	18 %
Totalt	67	61 %	22	100 %

Slik det kommer fram i tabell 18 er det *Medietilsynet* som nevnes hyppigst, med 19% av artiklene. *Konfliktrådet* nevnes i 11% av artiklene og er den som kommer nærmest *Medietilsynet*. Enkeltvis blir ikke de statlige organene nevnt så ofte, men ser vi på dem samlet nevnes de i 61% av artiklene. Dette er betraktelig høyere enn antallet organisasjoner som kommer til orde. Tabell 24 viser også at selv om *Datatilsynet* er det organet med færrest artikler som hovedstemme, er det den som oftest refereres til som tilleggsstemme. Totalt sett nevnes *Medietilsynet* i nesten dobbelt (21 artikler) så mange artikler enn neste statlige organ som er *Konfliktrådet* (12 artikler).

KAMPANJER, PROSJEKTER OG SENTERE

Under datainnsamlingen ønsket jeg å registrere de mest sentrale kampanjene, prosjektene og senterne som jobbet mot digital mobbing. Jeg delte denne variabelen inn i følgende kategorier: *Bruk hue turnéen*, *Du bestemmer kampanjen*, *Olweus/zero programmet* og *Trygg bruk senteret*. Tabell 19 viser funnene fra datainnsamlingen og viser antall artikler fordelt på variabelen.

Tabell 19 Fordeling av kampanjer, prosjekter og sentere blant artiklene

	Ant. art.	%N
Bruk hue	9	8 %
Du bestemmer	10	9 %
Olweus/Zero	1	1 %
Trygg bruk-senteret	13	12 %
Andre	1	1 %
Flere av de over	1	1 %
Totalt kamp & prog	35	32 %

I 32% av artiklene nevnes det et program som skal forebygge eller som jobber med digital mobbing. Blant disse artiklene er det Medietilsynets *Trygg bruk* senter som nevnes oftest med 12% av artiklene i artikkeluniverset. *Du bestemmer* i 9% av artiklene, mens *Bruk hue* turneen i 8%. Bare én artikkel nevner programmet til Olweus eller Roland, henholdsvis, *Olweus* eller *Zero* programmet.

Blant de artiklene som nevner kampanjer, programmer og sentere er det *Medietilsynet* som kommer ut som den med mest tilstedeværelse (Tabell 59, Vedlegg III), både de andre organene samt de ulike organisasjonene (Tabell 60, Vedlegg III) kunne ikke måle seg opp mot Medietilsynet.

PRIVATE AKTØRER

Det viste seg at flere private aktører ble nevnt i artiklene. Jeg valgte å registrere dem som ble sitert flest ganger. Det var spesielt to aktører som fanget min interesse, dette var Telenor og Microsoft. I 10 artikler blir Telenor nevnt (Tabell 61, Vedlegg III), der årsak til dette var at de hadde i samarbeid med flere aktører laget et mobilfilter for å stenge mobberen ute og hvor dette mobilfilteret ofte ble nevnt i artiklene.

ORGANISASJONER / STATLIGE ORGANER OG MOBBEFAKTA

Jeg krysstabulerte variablene som sa noe om hvilke organisasjoner og statlige organer som kom til orde i samme artikkel der også ulike digitale mobbekarakteristikk og mobbepformer ble presentert. På denne måten kunne jeg se om det stod noe om ulike organisasjoner eller statlige organer i artikler som hadde saker som nevnte karakteristikk og/eller mobbepformer.

Det er *Barnevakten* som nevnes oftest i artikler som har med mobbeform, tett fulgt av Røde Kors (Tabell 62, Vedlegg III). Begge organisasjonene jobber hardt for å videreformidle informasjon om digital mobbing. Til sammen nevnes en organisasjon i 16 artikler der det også kommer fram en mobbeform. Men det er de statlige organene som er mest synlige i de artiklene som nevner ulike mobbeformer, der de nevnes i over dobbelt så mange artikler (38 artikler) enn organisasjonene (Tabell 63, Vedlegg III). Både *Konfliktrådet* og *politi* er godt synlige, men det er *Medietilsynet* som dominerer blant disse artiklene. De statlige organene er også godt synlige i artiklene der de ulike mobbekarakteristikkene blir nevnt og det er både *Medietilsynet* og *Konfliktrådet* som synes best (Tabell 64, Vedlegg III). Organisasjonene er så og si fraværende blant artiklene som nevner ulike mobbekarakteristika (Tabell 65, Vedlegg III).

6 DISKUSJON

Analysen av dataene hentet fra artikkeluniverset gir et inntrykk av at nyhetsmediene tar det digitale mobbeproblemet på alvor, der mange ulike sider av saken belyses og der organisasjoner får uttale seg, og der forholdet mellom hva journalistene presenterer og fakta har en fin balanse.

6.1 PROBLEMSTILLING 1 – DIGITAL MOBBING I EKSPLOSIV VEKST

Opgavens første problemstilling var å finne ut *hvilket bilde nyhetsmediene tegner av digital mobbing, og hvilken rolle organisasjoner og statlige organer spiller i dette bildet*. For å finne et svar på dette, vil jeg dele spørsmålet inn i to. Første del skal si noe om det bildet nyhetsmediene tegner av digital mobbing. Her vil jeg se nærmere på hvilke definisjoner, karakteristikk, mobbformer, teknologier, årsaker, konsekvenser, misoppfatninger og data som presenteres i artiklene. På bakgrunn av dette vil jeg kunne trekke fram de viktigste momentene fra artikkeluniverset som jeg så bruker til å skape et bilde av digital mobbing i nyhetsmediene. Det vil også være nærliggende for meg å trekke inn teori rundt digital mobbing og diskutere dette opp mot funnene.

Den andre delen tar for seg organisasjonene og statlige organer og hvilken rolle disse spiller i dette bildet. Her vil det være spesielt interessant å se nærmere på teoriene som tar for seg organisasjoners rolle i mediesamfunnet og se disse i forhold til funnene fra analysen.

6.1.1 DEL 1 - DIGITAL MOBBING, ET (MEDIE)BILDE BLIR TIL

Første del av hovedproblemstillingen spør etter hvilket bilde nyhetsmediene tegner av digital mobbing. Analysen viser at det er et nyansert bilde som blir tegnet, men den viser også at på noen områder er det ikke et tydelig samsvar mellom det som forskningen har forstått om digital mobbing og det som kommer fram i artiklene.

DEFINISJON OG KARAKTERISTIKK

For å kunne si noe om hva digital mobbing er, kreves det både en definisjon og karakteristikk. Det viser seg at det å finne en definisjon på hva digital mobbing er, blant artiklene, ikke er lett. Det var kun fire artikler som på sin egen måte ga bruddstykker av en definisjon. To av disse definisjonene befant seg i artikler som omhandlet både digital og “tradisjonell” mobbing og der faktaboksene hadde overskriftene *Fakta om mobbing* (Sveggum, 2008)⁹ og *Hva er mobbing?* (Bjørnå, 2008¹⁰). Felles for disse var at *mobbing* ble definert som når en person gjentatte ganger utsettes for trakassering, plaging og ryktespredning, samt for slag og spark – altså fysisk mobbing. Definisjonene skiller seg lite fra de jeg presenterte i teorikapittelet om “tradisjonell” mobbing som blant annet sier at “...en person er mobbet eller plaget når han eller hun, gjentatte ganger og over en viss tid, blir utsatt for negative handlinger fra en eller flere andre personer” (Olweus, 1992:17).

Digital mobbing, som jeg har definert tidligere i oppgaven, har ikke elementer av fysisk kontakt. Faktaboksene viser dermed i stor grad bare definisjonen på “tradisjonell” mobbing og ikke digital mobbing. Som også tidligere nevnt har definisjonene av digital mobbing til felles at de nevner kommunikasjonsteknologier og nye medier som verktøy for å kunne gjentatt og systematisk påføre negative handlinger på offeret. Ingen av avisartiklene trekker inn disse elementene i deres definisjon av digital mobbing. Kun én artikkel hadde faktaboks med overskriften *Nettmobbing* (Badi & Kristiansen, 2009)¹¹ der den eneste ulikheten til de andre faktaboksene var at den ikke nevnte fysisk kontakt.

Analysen viser at ingen av artiklene trekker inn digitale medier eller nye medier i deres definisjon av digital mobbing. Det er samtidig viktig å understreke at det er mange fellestrekk mellom digital og “tradisjonell” mobbing. Punktene som nevnes i artiklene er også punkter som utgjør definisjonen av digital mobbing, der definisjonene i artiklene tar ikke med de digitale faktorene.

Det blir dermed vanskelig, ut i fra avisartiklene, å danne seg et bilde av digital mobbing når det er såpass store likheter mellom definisjonen av “tradisjonell” og

⁹ Se artikkelen på s.166

¹⁰ Se artikkelen på s.172

¹¹ Se artikkelen på s.173

digital mobbing. Men samtidig ønsker jeg å trekke inn den definisjonen som jeg mener best beskriver mobbing, den er hentet fra en artikkel som satte fokus på nettmobbing; “Den beste måten å definere mobbing på er at noen føler seg mobbet” (Jacobsen, 2009)¹².

I teorikapittelet presenterte jeg tre hovedområder som skilte digital mobbing fra den “tradisjonelle”, disse var; muligheten til å være anonym, det å kunne nå mange mennesker og muligheten til å ha kontakt med offeret uansett hvor han/hun måtte befinne seg. Alle momentene kommer tydelig fram i artikkeluniverset og et bilde av digital mobbing tar form. Så selv om det er vanskelig å danne seg et bilde av definisjonen på digital mobbing, kommer det tydelig nok fram de ulike karakteristikene den kan ha.

Å vise til hvordan digitale medier har muliggjort mobbing, uansett hvor offeret befant seg, er den karakteristikken som oftest blir brukt. Det viser seg også at det å være anonym, samt det å kunne nå et stort publikum er momenter som også får mye spalteplass i artiklene. At nettet gjør det mulig for senderen å være anonym, er en av mange faktorer som er viktig for dem som mobber, dette blir også fanget opp i artikler som har digital mobbing som tema. Sammen med anonymitets-karakteristikken, viser også journalistene hvordan nettet kan være en farlig kanal for mobbing, der noen av farene ligger i mengden tilskuere man kan få. Det kommer tydelig fram i artiklene at man kan nå en uendelig mengde med tilskuere på nett, noe som igjen fører til at dersom brukeren ikke har kontroll over innholdet som legges ut, kan mange få tilgang til det.

DIGITALE MOBBERFORMER

Mobbing kan ta mange ulike former og graden av alvoret rundt dem varierer. Noen av formene kan ende med politianmeldelse og andre kan løses på mindre krevende måter, slik som ved en prat mellom partene eller gjennom Konfliktrådet. Det er flere av mobbeformene som får mye spalteplass, spesielt trakassering og æreskrenkelser er blant disse. Trakasserings-formen og æreskrenkelses-formen er på mange måte svært lik den “tradisjonelle” mobbingen, og de er derfor også de formene som oftest ble

¹² Se artikkelen på s.175

registrert i artiklene. Seksuell trakassering får også en del spalteplass, ofte i form av en historie om at offeret har blitt hengt ut på et pornografisk nettsted. I de artiklene der seksuell trakassering er registrert, ender saken ofte med en politianmeldelse. Selv om de tre ovennevnte mobbepormene er de som dominerer i nyhetsbildet, utgjør disse bare en liten del av de formene jeg viste til i teorikapittelet.

TEKNOLOGI OG MOBBEKANAL

Jeg har tidligere argumentert for at nye medier muliggjør nye former for mobbing, der det skilles mellom to former for teknologi, mobiltelefonen og PC'en. Det henvises ofte til PC og mobiltelefoner om hverandre når det i artiklene skrives om ulike mobbekanaler

Analysen indikerer at de sosiale nettstedene dominerer som mobbekanaler, hvor Facebook er den største. Dette kan trolig forklares med dens ledende posisjon og popularitet blant sosiale nettsteder i Norge (TNS-Gallup, 2011) og den blir dermed vist stor interesse blant journalister. I artiklene omtales også blogging som en populær nettaktivitet og arena for mobbing, men blogging kan ikke sammenliknes med det fokuset som journalistene rettet mot sosiale nettsteder som et sted der mobbing skjer. Innholdsanalysen viser at i artiklene skriver journalistene om mobbekanaler som kan gå under fellesbetegnelsen "social computing", det vil si sosiale nettsteder, online spill, blogger og diskusjonsfora. I samsvar med teoridelen om digital mobbing er det disse områdene som har høyest nettaktivitet. I så henseende kan jeg trekke den slutningen at digital mobbing i stor grad skjer ved bruk av teknologi som mobiltelefoner og PC'er, på et sosialt nettsted, nærmere bestemt Facebook.

HVILKE KONSEKVENSER OG ÅRSAKER HAR MOBBINGEN

Analysen viser at konsekvensene av digital mobbing er noe journalisten setter mye fokus på. Det settes et spesielt fokus på hvordan offeret følte seg, om vedkommende var lei seg eller såret, eller det ble nevnt at mobbingen fikk konsekvenser. I noen tilfeller ble også de mer alvorlige konsekvensene presentert, slik som selvmord eller psykiske problemer. Selv om det skrives mye om konsekvensene av mobbingen er det de milde eller udefinerte formene som oftest får fokuset i artikkelen. I artiklene der de udefinerte formene forekommer, skriver journalisten at mobbingen fikk konsekvenser,

og utdyper ikke mer rundt det temaet. Kort sagt vil det si, at konsekvensene av digital mobbing, slik de beskrives i avisuniverset, i stor grad er sårende men ikke psykisk ødeleggende. Dette står i motsetning til forskningen, i teorikapittelet viste jeg at konsekvensene i stor grad kan være svært ødeleggende for offeret.

Motivasjonsfaktorene for hvorfor noen mobber, kommer tydelig fram i en del av artiklene, selv om artiklene som tar dette opp ikke kan sies å være representative for hele artikkeluniverset. Faktoren “mobbet for gøy” er den som dominerer iblant funnene. Dette er artikler som blant annet omhandler en ukjent person som publiserte sex-sladder om andre på skolen gjennom en blogg (Knutsen, 2009)¹³, eller der det ble opprettet en hatside mot offeret, der det ble utdelt poeng hver gang man slo ham – hatsiden holdt oversikt over hver enkelt mobbers poengsum (Ridar, 2008)¹⁴. Andre eksempler omhandler en elev som ble hengt ut som en hallik i en hiphoplåt som så ble spilt for alle elevene i skolekantin (Badi & Kristiansen, 2009)¹⁵. Selv om det er snakk om få artikler, fremstilles mobberen som en person som synes dette er gøy.

Slik som å mobbe for gøy dominerer som motivasjonsfaktor, er det den makt-hungrige mobberen (the power-hungry) som dominerer som mobbetype blant de få artiklene som tar opp dette. Som spesifisert i teorien, er det denne mobbepformen som er mest lik den “tradisjonelle” mobbingen. At det er denne mobbetypen som kommer hyppigst fram, er nok ikke et valg journalisten gjør bevisst. Mye kan tyde på at den digitale mobbingen ses på samme måte som den “tradisjonelle” mobbingen. Kort oppsummert skjer mobbingen blant dem som ønsker å vise styrke overfor offeret og mobber fordi de synes det er gøy.

Det kommer tydelig fram i artiklene at mobbingen fortsatt er noe som skjer på skolen.

Dette funnet avviker delvis fra teorien om digital mobbing, som påpeker at den digitale mobbingen også skjer hjemme.

¹³ Se artikkelen på s.174

¹⁴ Se artikkelen på s.176

¹⁵ Se artikkelen på s.173

MOBBEDATA

Journalistene er ikke helt samstemte på hvilke mobbedata de skal forholde seg til, når det skrives om hvor mange som opplever å bli mobbet digitalt. Som analysen viser, spriker tallene fra artikkel til artikkel. Selv om dette er tilfellet, er tallene ikke så langt fra de tallene jeg viser til i teorikapittelet. Jeg har tidligere nevnt at journalistene ofte blir anklaget for å vri på forskningsfakta, og media blir kritisert for å presentere et ukritisk og overentusiastisk syn på nye oppdagelser innen forskningen. Analysen tyder på at tallene som forteller om hvor mange som opplever digital mobbing i prosent ligger på 25% i artiklene, men samtidig er det prosenttallene mellom 10 til 15% som er mest brukt, så ved å se bort i fra de høyeste tallene, som brukes i noen få artikler, faller mobbeprosenten til et sted mellom 10 til 15%, noe som nesten er de samme tallene som jeg viser til i teorikapittelet.

På den andre siden viser også analysen at i de avisartiklene som ikke viser til tall, men nevner om digital mobbing øker eller avtar virker det som om det er en eksplosjon av digital mobbing. Med friske overskrifter som *Digital mobbing øker kraftig* og *Kraftig økning i mobbing* og med tilsvarende tekst i artikkelen, er det ikke vanskelig å få inntrykket av at digital mobbing er et voksende og alvorlig problem. Samtidig er det viktig å påpeke at de artiklene med tekst som beskriver stor økning i digital mobbing, for det meste stammer fra 2008. Dette er det året digital mobbing som et problem eksploderer i norske medier (se avsnitt 4.2.2 på s. 54), og dette kan dermed også være årsaken til at digital mobbing ble sett på som et økende problem.

HVILKEN KJØNNSFORDELING FINNER VI RUNDT DIGITAL MOBBING

Som tidligere nevnt, er det en viss enighet om at kjønnsfordelingen er lik, enten man mobber eller blir mobbet, noe som også kommer fram i undersøkelsene til Medietilsynet og EU Kids. I analysen valgte jeg å se på kjønnsfordelingen på to forskjellige områder, henholdsvis gjennom hvilket kjønn som var i fokuset for artikkelen og hvilke misoppfatninger som ble brukt om kjønnsfordelingen.

Slik det kommer fram i analysen, fokuseres det mest på jenter i artiklene, både som mobber og offer. På den andre siden, i de artiklene der jeg registrerte misoppfatningen om at jenter mobber mest på nett, var det nesten like mange artikler som avkrefte denne misoppfatningen som bekrefter den. Tar jeg utgangspunkt i

misoppfatningen om hvilket kjønn som mobber mest på nett vil det være jevnt mellom gutter og jenter. Tar jeg derimot utgangspunkt i hvilket kjønn som er i fokus i artiklene, er det uten tvil jentene som mobber eller blir mobbet mest i oppgavens avisunivers.

HVILKE MISOPPFATNINGER KOMMER FREM

Jeg har tidligere belyst at det finnes en del misoppfatninger rundt digital mobbing. Blant disse misoppfatningene viste jeg til hvordan digital mobbing ble beskrevet som et vanlig problem blant ungdom og at dette var et problem i stor vekst.

Det er spesielt en misoppfatning som får stor oppmerksomhet i artiklene, nemlig at det er stor vekst i digital mobbing. Denne misoppfatningen blir riktignok avkrefet men av veldig få artikler. Analysen viser at artiklene presenterer digital mobbing som et voksende problem og dette samsvarer ikke med det teorien om digital mobbing viser. Teorien påpeker at digital mobbing ikke er i stor vekst, men at problemet er kommet for å bli. Som jeg også viste til i teorien er digital mobbing ikke på langt nær så alvorlig og økende som “tradisjonell” mobbing. Tar vi dette i betraktning, er det fortsatt slik at artiklene presenterer digital mobbing som et problem som øker, og som kommer til å øke, eller for å sitere en av overskriftene *Digital mobbing øker kraftig*.

DIGITAL MOBBING OG FOREBYGGENDE ARBEID

I mange av artiklene blir det presentert forebyggende arbeid mot digital mobbing. Det kommer også fram i artiklene informasjon om hva som kan gjøres hvis noen blir utsatt for digital mobbing, slik som å kontakte politiet, gå på slettmeg.no eller ta kontakt med Konfliktrådet. Generelt sett er journalistene flinke til å gi spalteplass til hvordan man kan hankses med digital mobbing som et problem, og uansett hvor dystert bildet av dette problemet blir beskrevet, gis det veiledning av hvordan man kan finne en eventuell løsning.

En “fleip” på nett kan fort utvikle seg til å bli en kriminell handling uten at man er klar over det, og spesielt hvis ikke alle er med på leken. En del artikler handler om politianmeldte saker, hvor noe kriminelt dermed kunne ha skjedd. I et par artikler kommer det fram at politiet ikke har kapasitet til å etterforske digitale mobbesaker,

eller at fenomenet er såpass nytt at de ikke visste hva de skulle gjøre, slik som i artikkelen til Samuelsen (2008b)¹⁶. I nesten alle artiklene der mobbepformen seksuell trakassering blir registrert, blir saken også politianmeldt. Flere av de andre mobbepformene som presenteres i artiklene blir også anmeldt, blant annet trakasserings- og æreskrenkelses-former.

Slik det kom fram i analysen, er det ikke uvanlig at i de artiklene der en kriminell handling inntreffer, kommer det fram ulike mobbepformer. Ser jeg disse mobbepformene i lys av teorien, der jeg snakker om ulike typene for nettkriminalitet, ser jeg at formene som brukes i nyhetsmediene stemmer godt overrens med teorien. Både trakassering, ærekrenkelser, og seksuell trakassering spiller en sentral rolle i teorien om digital mobbing, og disse formene får også viet mye spalteplass i artiklene. I artiklene som omhandler seksuell trakassering, er det i stor grad snakk om uthenging av personer på pornografiske nettsteder.

Det er også viktig å merke seg at i noen av artiklene der en kriminell handling inntreffer, viser journalisten til hvordan man kan forebygge digital mobbing. At det mange steder vies spalteplass til slik informasjon, er et tegn på hvor alvorlig digital mobbing tas av journalisten.

Jeg observerte i analysen at artiklene i nettavisene ofte refererte til andre artikler om digital mobbing, sammenliknet med artikler i papiravisene, mens featureartiklene i papiravisene fungerte til en viss grad på samme måte. Featureartiklene kunne ha flere små artikler om digital mobbing satt rundt hovedartikkelen. På denne måten kan leseren få et større bilde av problemet.

6.1.2 DEL 2 - ORGANISASJONER OG STATLIGE ORGANER

Andre del av hovedproblemstillingen spør etter hvilken rolle organisasjoner og statlige organer spiller i det bilde nyhetsmediene tegner av digital mobbing.

ORGANISASJONER

Jeg valgte å ha med de største organisasjonene som jobbet med digital mobbing. Disse var *Redd barna*, *Barnevakten*, *Foreldreportalen* og *Røde Kors*. I analysen valgte jeg å

¹⁶ Se artikkelen på s.170

ha med flere variabler som måle hvordan disse organisasjonene ble synlige eller kom til orde gjennom nyhetsmediene. Som det kommer fram i analysen, er det ikke uvanlig at organisasjoner blir nevnt eller kommer til orde, ofte også sammen med andre organisasjoner. Barnevakten er den organisasjonen som er mest synlig i artiklene. Slik det kommer fram i analysen, er det organisasjonene som “snakker” til foreldrene som er mest fremtredende eller som får komme til orde. Disse organisasjonene snakker gjennom erfaring eller observasjoner om hvordan digital mobbing påvirker barn og unge, slik som det vises til i artikkelen til Samuelsen (2008)¹⁷. Målgruppen for artiklene er, som det kommer fram i analysen, foreldre, og det er dermed viktig å finne organisasjoner som både vet hva de snakker om og som også snakker til foreldrene.

Analysen viser at i artikler der mobbekarakteristikk brukes, kommer ofte også organisasjoner til orde, slik som i artikkelen til Sviggum (2008)¹⁸, der Barnevakten er kilden til mobbekarakteristikken. Organisasjonen brukes som en kilde til å forklare eller utdype hvilken karakteristikk digital mobbing kan ha og eventuelt hvilke konsekvenser dette har for offeret.

STATLIGE ORGANER

De statlige organene jeg valgte å se på i analysen var *Medietilsynet*, *Datatilsynet*, *Konfliktrådet*, *Kripas/politiet*, *Barneombudet* og *Teknologirådet*. Alle jobber med å forebygge digital mobbing på flere ulike måter, deriblant gjennom konfliktløsninger og rådgivning om nettbruk. Som det vises i analysen, er Medietilsynet det organet som kommer hyppigst til orde. Samlet sett er dette et organ som blir nevnt i godt over halvparten av artiklene. Organet gir også hvert år ut en undersøkelse som ser nærmere på barn og medier. Denne blir mye sitert i artiklene jeg har analysert, og er uten tvil kilden til mye av mobbedataene nyhetsmediene opererer med og som også for meg har utgjort sammenlikningsgrunnlaget for mobbedataen i teorikapittelet. Medietilsynet er også det organet, kun slått av kategorien *andre*, som nyhetsmediene henter inn prosenttall om mobbing fra.

¹⁷ Se artikkelen på s.170

¹⁸ Se artikkelen på s.166

I de artiklene der det kommer tydelig fram hvilke mobbekarakteristikker og mobbeformer som brukes, kommer også de statlige organene godt fram, der Medietilsynet og Konfliktrådet er de mest synlige. Samtidig brukes organene som en kilde til forskningstall. Slik analysen viser er Medietilsynet godt representert i artikler som omhandler alle de ulike mobbeformen som, det vises til i teorikapittelet, slik som trakassering og æreskrenkelser.

HVA SKILLER ORGANISASJONENE FRA DE STATLIGE ORGANENE

Analysen viser at de statlige organene er mer synlige enn organisasjonene. Organene brukes som en kilde til forskningstall om digital mobbing, men samtidig er de også godt synlige i artiklene som presenterer ulike mobbekarakteristikker og former. Organisasjonene brukes sjeldent som kilde til forskningstall om digital mobbing, og det kan tenkes at årsaken til at mange av organisasjonene refereres til, er at de har foreldre som sin målgruppe.

KAMPANJER, SENTRE OG PROGRAMMER

I tillegg til å se på hvordan organisasjoner og statlige organer kommer til orde i artiklene, så jeg også på hvilke kampanjer, sentre og programmer som ble nevnt. Disse spiller en viktig rolle i hvordan informasjon om blant annet forebyggende arbeid mot digital mobbing foregår, men de viser samtidig også til de ulike organene som står bak Medietilsynet er igjen det organet som siteres oftest med sitt *Trygg Bruk senter* og *Bruk hue*-turné. I artiklene som omhandler kampanjer og sentre kommer organet ofte til ordet og har dermed en høy tilstedeværelse i artiklene. Samlet sett viser analysen at det ikke er uvanlig for journalistene å vise til kampanjer og sentre. Det er derimot svært uvanlig at de ulike skoleprogrammene, slik som *Olweus* og *zero programmet*, blir nevnt.

PRIVATE AKTØRER

Private aktører komme også til orde i noen av artiklene. Dette var en variabelen jeg ikke tenkte å ta med da jeg startet datainnsamlingen, men som jeg etter hvert fant nødvendig å ha, da flere og flere private aktører ble nevnt i artikkeltekstene. Blant de private aktørene kommer spesielt Telenor mye til orde, i de artiklene som omhandlet

mobilmobbing. Årsaken til dette er som jeg har nevnt tidligere deres satsing rundt et mobilt mobbfilter, der mobberen ikke får muligheten til å sende melding til offeret.

ORGANISASJONER OG LØSREVNE TILTAK

I teorikapittelet stilte jeg meg spørsmålet om organisasjonene presenterer løsrevne tiltak i nyhetsmediene framfor integrerte helhets-løsninger. Det kommer fram i analysen at i mange artikler refereres eller siteres ulike organisasjoner og organer. Mye mobbedata og mange tiltak blir sitert eller referert tilbake til en organisasjon eller et organ. Så om artikkelen ikke lar organisasjonen komme med helhets-løsninger, vil det for leseren være mulig å hente informasjon som omhandler problemet artikkelen tar for seg på blant annet organisasjonenes nettsider.

6.1.3 EGNE REFLEKSJONER

Bildet som Aftenposten, VG og Dagbladet tegner av digital mobbing og rollen som organisasjoner og statlige organer spiller i dette, kan på bakgrunn av de generelle trekkene som analysen viser til oppsummeres på følgende måte: I artiklene kommer det fram mange karakteristikk om hva digital mobbing er, noe som ofte baseres på ulempene de digitale mediene gir. Trakassering og æreskrenkelser er de mobbeformene som brukes mest i artiklene. Selv om begreper som “happy slapping” og “trolling” er de nye begrepene som brukes blant ungdom på nett, nevnes ikke disse i artiklene. På det teknologiske plan er det både mobiltelefoner og PC’er som brukes for å mobbe, der den viktigste mobbekanalen er uten tvil er det sosiale nettstedet Facebook. Journalistene setter særlig fokus på konsekvensene av digital mobbing – der blant annet følelsene til offeret blir viet mye spalteplass. En kort karakteristikk av konsekvensene rundt digital mobbing, slik avisene fremstiller den, er at den er sårende, men ikke psykisk ødeleggende. Selv om det er snakk om få artikler, kommer det fram at for noen er mobbing noe som gjøres fordi det er gøy eller fordi mobberen er makt-hungrig. Det viser seg at den makt-hungrig personen som oftest er en medelev av offeret. I motsetning til det teorien sier, tar offeret, i følge avisene, ofte kontakt med noen for å få hjelp. Mobbedataene som artiklene presenterer er noe høyere enn de som jeg viste til i teorikapittelet om digital mobbing, der de lå på

mellom 8 og 10%, mens tallene fra artiklene ligger på mellom 10 til 15%. Ser jeg på de tidligste artiklene beskrives digital mobbing som et stort og økende problem, men denne holdningen dempes i nyere artikler, samtidig er tanken om at digital mobbing er et økende problem den misoppfatningen som dominerer.

I følge teorien er kjønnsfordelingen blant dem som mobber eller er offer svært jevn. I artikkeluniverset derimot, er det jentene som dominerer, både som offer, og i de få tilfellene der artikkelen skriver om mobberen, også som mobbere. I mange av artiklene ville mobbesituasjonen ende med en politianmeldelse. I saker der hendelsen ble karakterisert som noe kriminelt, var også journalisten flink til å vise hvordan man kan forbygge digital mobbing.

Bildet som avisene har så langt tegnet, tyder på at den mest vanlige mobberen er ei jente som mobber en medelev på Facebook. I dette bildet kommer også en del organisasjoner til orde og Barnevakten er mest synlig. Organisasjonene brukes som en kilde som snakker til foreldre, der de presenterer egne erfaringer og observasjoner, men de viser også til karakteristikker av hva digital mobbing er.

Organene brukes i artiklene som kilder til informasjon om forebyggende arbeid, der det vises til konfliktløsning og rådgivning. Blant disse organene er det Medietilsynet som er mest synlig som kilden til digitalt mobbedata og Konfliktrådet til konfliktløsning.

På mange måte er det et dekkende bilde av digital mobbing som blir presentert i nyhetsmediene – tatt i betraktning det jeg presenterer i teorien om digital mobbing. At alle aspektene ikke stemmer, er ikke til å komme unna, slik som kjønnsfordelingen og bruk av misoppfatninger. På den andre siden er mobbedata, mobbeformer og karakteristikker godt belyst. Digital mobbing blir beskrevet som et problem i dagens samfunn der digitale medier har fått en større rolle blant unge mennesker, og hvor dette gjenspeiles i presentasjonen av digital mobbing. Jeg siterte tidligere McCullagh (2002) som mente at media ikke gir et nøyaktig bilde av viktige hendelser rundt sosiale og politiske spørsmål/gjøremål. Tatt i betraktning det teoretiske jeg har om digital mobbing og spørsmålet om hvor nøyaktig informasjonene rundt digital mobbing blir gitt kan jeg si at på mange måter så greier nyhetsmediene å gi et nokså nøyaktig bilde av fenomenet.

6.2 PROBLEMSTILLING 2 – DIGITAL MOBBING OG LESEREN

Oppgavens andre problemstilling spør etter hvilket bilde leseren sitter igjen med om digital mobbing etter å ha lest nyhetene. Journalisten kan på mange måter bli mellomledet mellom publikum og “virkeligheten” og dermed også en kilde til hva vi vet om samfunnet vi lever i. Det er også slik at det som er samfunnstruende får viet mye spalteplass i mediene, og leseren inviteres til å reflektere og ta et standpunkt til dette. Hvilke valg journalistene tar i utformingen av artikkelen vil ha stor betydning for hvordan leseren oppfatter digital mobbing. I analysen har jeg valgt å ha med flere områder som kaster lys over hvilken informasjon leseren sitter igjen med. I kodeboken hadde jeg variabler i “generell informasjons”-delen og kildebrukvariablene som kan gi en liten pekepinne på hvordan journalistene presenterer innholdet og dermed også vise hvilket bilde leseren sitter igjen med.

Jeg viste i teorikapittelet at McCullagh (2002) mente at mediene er selektive og gir ikke et nøyaktig speilbilde av de sosiale eller politiske konfliktene vi har i samfunnet. Jeg stilte derfor spørsmålet; hvor korrekt er informasjonen leseren får tildelt i artiklene, kan man se på informasjonen som et speilbilde av virkeligheten eller har den gått igjennom en prosess der innholdet selekteres. For å kunne besvare disse spørsmålene må jeg sammenlikne funnene i analysen opp mot teorikapittelet, slik at jeg kan belyse hvor troverdig bildet leseren sitter igjen med om digital mobbing er.

6.2.1 ARTIKLENES INNHOLD

I all hovedsak er avisene flinke til å bruke egne journalister på artikler som omhandler digital mobbing. Aftenpostens er den eneste avisen som trykker leserinnlegg i papirutgaven, men er også avisen med flest innkjøpte artikler. VG og Dagbladet på den andre siden har ingen innkjøpte artikler i papiravisutgavene. Dette er interessant med hensyn til hva jeg viser til i teorikapittelet om pressens kilder, der mange redaksjoner kjøper inn artikler fra ulike nyhetsbyråer.

Historien artikkelen presenterer vil på mange måter danne grunnlaget for hvordan leseren forstår digital mobbing. Det var flere områder jeg belyste for å se nærmere på hva leseren sitter igjen med av informasjon, blant annet så jeg på antall

saker artikkelen omhandler, hvem som var hovedstemmen, hva var artikkelens hovedfokus og journalistenes kildebruk. Disse områdene kan så danne et grunnlag for å trekke generelle slutninger om hvilken forståelse leseren sitter igjen med om digital mobbing ved å lese Dagbladet, VG og Aftenposten.

De aller fleste sakene om digital mobbing som journalisten skriver om omhandler norske saker og der svært få nevner utenlandske saker. I de tilfellene utenlandske saker/hendelser ble brukt, var dette for å illustrere et poeng eller vise til en liknende sak fra et annet land.

I mange av artiklene var det flere som var hovedstemmen, dette kunne for eksempel være en rektor på en skole som uttalte seg, samt elever, offeret eller en organisasjon som snakket gjennom erfaring. Men som enkeltstemme var det som oftest journalistene selv som ble artikkelens hovedstemme. Dette var ofte i artikler som omhandlet fakta om digital mobbing. Som nevnt tidligere er det kun én artikkel der mobberen får komme til orde og dette viser at det er skjevheter i forhold til hvem som er hovedstemmen. Det blir vanskelig å gjøre seg opp en mening om hvorfor noen mobber hvis ingen mobbere kommer til orde. Dermed er det vanskelig å kunne få et helt balansert bilde av hva som egentlig skjer, det kan jo for eksempel tenkes at mobberen er selv et offer. Analysen viser også at journalistene retter et høyt fokus på offeret, som er et viktig individ i historiene som fortelles om digital mobbing. Mobberen blir viet svært lite plass og fokus i artiklene, der er faktisk åtte ganger flere artikler som fokuserer på offeret enn på mobberen. Dermed blir det vanskelig for leseren å skape seg et nyansert syn på digital mobbing. Hadde flere artikler hatt mobberen i fokus og som hovedstemme ville dette kunne ha bidradd til å gi et mer helhetlig bilde av fenomenet.

Jeg har tidligere pekt på saker som omhandler digital mobbing kommer i små bruddstykker i nyhetsmediene og stilt spørsmål om hvilket bilde disse stykkene til sammen danner av problemet. Slik Allern (2001) illustrerte det ved å vise til at mediene gir et punktbelysning av virkeligheten, det vil si en jevn strøm av små løse biter informasjon der det som skjer *nå* er i fokus. Saken som presenteres i artiklene forteller leseren noe om hva som er viktig å forholde seg til og samtidig danner dette grunnlaget for å forstå digital mobbing. Analysen viser at det er de generelle trekkene ved digital mobbing som journalistene fokuserer på i artiklene.

Dermed sitter leseren igjen med mange bruddstykker av informasjon om digital mobbing som til sammen er med på å danne en helhetlig forståelse av problemet.

KILDENE

Analysen viser at det er generelt få kilder i artiklene og at over halvparten har tre eller færre kilder. For leserens betyr dette ikke så mye, men kvaliteten på artikkelen vil kunne bli lavere hvis antallet kilder er få. Dette kan føre til at informasjonen leseren sitter igjen med ikke stemmer overrens med hva som er fakta. Det er spesielt i VG og Aftenposten som har få kilder i artiklene. Om dette betyr at kvaliteten på artiklene er dårligere skal ikke denne oppgaven ta for seg – hva som er sikkert er at få kilder er ikke nok hvis vi skal bygge oss et bilde av en mer komplisert situasjon, eller forstå et omstridt faktum, og ikke minst hvis vi skal forlite oss på fortellinger om hva som har skjedd. Dagbladets lesere kan på den andre siden lese flere artikler med over ti kilder, men dette er også avisen med færrest artikler samlet sett i artikkeluniverset.

HVEM KOMMER TIL ORDE

For å kunne se mer konkret på artikkelens innhold spiller blant annet journalistenes kildevalg en viktig rolle. Hvor mange er det som får komme til orde og hvem, er viktige aspekter å undersøke. Disse valgene journalistene tar påvirker oss i vår forståelse av sosiale problemer. Kildevalget kan også signalisere hvilke organer eller organisasjoner som man skal lytte til, og dermed vil de som ikke kommer til orde utebli fra debatten rundt digital mobbing. Uansett hvilket bilde leseren sitter igjen med om digital mobbing etter å ha lest nyheter er det viktig å understreke to ting; for det første, ingen kilder er helt objektive, upartiske eller nøytrale, og de vil dermed for det andre, påvirke hvor pålitelig informasjonene i artiklene er.

Bildet leseren sitter igjen med av digital mobbing påvirkes av kilder som organisasjoner, “autoriserte viterer” eller “vanlige” folk. Hva disse kildene har å si forteller leseren noe om digital mobbing. Hvis det er “vanlige” folk som kommer til orde er det lettere for leseren å kunne relatere seg til en sak, er det “autoriserte viterer” kan dette bidra til at leseren får en dypere forståelse om saken og er det organisasjoner som kommer til orde kan dette fortelle leseren noe om hvilke erfaringer organisasjonen har gjort seg rundt en sak.

I teorien viser jeg til at kildebruken i nyhetsmediene er “topptunge”, der blant annet de mest vanlige kildene er representanter for organisasjoner og institusjoner, og individer som er “autoriserte vitere”. Analysen tyder på det samme der det er spesielt de statlige organer som får uttale seg. Årsaken til dette er som McCullagh (2002) så flott poengterer i teorikapittelet; slike kilder krever lite verifisering fordi kilder som stammer fra statlige organer ofte anses som sikre kilder og dermed troverdige. For leseren kan slike kilder være en måte å stadfeste sin forståelse av digital mobbing. Jeg kan trekke eksempel til Medietilsynet som er det organet som nevnes oftest. Medietilsynet blir ofte brukt i forbindelse med presentasjon av data om digital mobbing, organet kan dermed bli sett på som kilden der data for digital mobbing blir hentet for leseren.

Ikke fullt så ofte som statlige organer blir “vanlige” folk brukt som kilde. Dette er kilder som leseren lettest kan identifisere seg med. I de artiklene der “vanlige” folk anvendes kan jeg trekke paralleller til hvordan det individuelle mennesket blir satt i fokus i nyhetssaker, der deres skjebne blir rullet ut, hvor en enkeltstående hendelse er i fokus og det dramatiske vektlegges, ofte med det avvikende i sentrum.

Kort sagt er det de topptunge kildene som dominerer kildevalget til journalistene i oppgavens artikkelunivers. Så selv om historiene oftest omhandler en enkelt person er det de med erfaring rundt problemet som kommer til orde og ikke de som opplever problemet.

FAKTABOKSER OG FORSKNING I ARTIKLENE

Leseren kan innhente mye informasjon om digital mobbing ved å lese faktabokser, noe som det var en del av i artiklene. Informasjonen i faktaboksen var som oftest hentet fra forskning utført av Medietilsynet. Disse boksene kunne ta for seg forebyggende arbeid, eller tiltak mot mobbing. Uansett hvilken retning faktaboksene tar, vil leseren kunne sitte igjen med god kunnskap om hva som kan gjøres eller tiltak som kan forhindre digital mobbing.

Som poengtert i teorien om nyhetsmedienes sosiale konstruksjon blir ofte journalistene anklaget for å presentere forskning unøyaktig, sensasjonelt og ubalansert. På bakgrunn av analysen vil dette stemme noe, men ikke fullstendig.

Mobbedata blir presentert ganske nøyaktig i sammenlikning med hva som står i teorien om digital mobbing. Dette betyr at leseren får de faktiske dataene om digital mobbing presentert i artiklene. At misoppfatninger forekommer, noe som igjen betyr at journalistene er unøyaktig og til tider ubalansert er ikke til å komme unna – spesielt i de tidlige artiklene om digital mobbing. Jeg vil tro at når et fenomen er nytt, og der lite forskning finnes kan synet på noe fort bli fremlagt på en slik måte at det ikke stemmer overrens med virkeligheten. Dette kan tyde på at det er mer snakk om mangel på kunnskap enn lite research som er problemet for journalistenes.

6.2.2 ARTIKKELEN OG DENS MÅLGRUPPE

Jeg starter dette avsnittet med et sitat fra EU Kids rapporten: “In these countries [the Netherlands, Finland, Sweden and Norway], it seems that parents are more likely to think their child has been bullied online even when the child says they have not” (Livingstone et al., 2011:66). Jeg tror at årsaken til at Livingstone et al. (2011) kan trekke en slik slutning kan blant annet være pga. nyhetsmedienes dekning av digital mobbing i disse landene. Det er flere årsaker som spiller inn slik som lite forståelse for barnas nettvaner eller at de ikke helt forstår hva digital mobbing er. Årsakene kan være mange, men det som kom interessant nok fram i analysen var at flestparten av artiklene retter seg enten kun mot foreldre eller mot barn/ungdom og foreldre. Altså er foreldrene en viktig målgruppe som journalistene ønsker å nå gjennom artiklene om digital mobbing. Det vil si at leseren, som i følge analysen er foreldre, sitter igjen med om digital mobbing kan være slik som Livingstone et al. (2011) poengterer, nemlig en antakelse om at barna deres blir utsatt for digital mobbing selv om de sier de ikke blir det. Årsaken til dette kan blant annet være at foreldre tror at digital mobbing rammer barnet deres pga. hva nyhetsmediene forteller dem – ved overskrifter som fremhever at mobbing er i eksplosiv vekst.

6.2.3 EGNE REFLEKSJONER

Det er bruddstykkene av informasjon som fremlegges i artiklene som danner mye av leserens forståelse av digital mobbing. Jeg har vist at informasjonen både kan være nøyaktig, altså stemme overrens med hva jeg viste til i teorikapittelet, men også svært

unøyaktig. Jeg har for eksempel vist til Pia som den eneste mobberer som kom til orde i artiklene. I de fleste artiklene er det journalisten, offeret eller politiet som kommer til orde.

Journalistene er også nøyaktig med den informasjonen som presenteres i artiklene når den sammenliknes med det som står i teorien om digital mobbing. Jeg har vist at antallet kilder journalistene bruker er noe lav og at ikke alle aktørene i en mobbesak kommer til orde, men samtidig er fakta om digital mobbing godt ivaretatt. En av de større diskusjonene som foreligger om journalistikken i mediene omhandler kvaliteten og mengden på innholdet i artiklene. Jeg vil mene at det bildet leseren sitter igjen med er nyansert på mange måter, det speiler til en viss grad hva faktisk digital mobbing er, selv om ikke alle aspektene kommer med, slik som mobberens stemme og de ulike mobbeformer i artikkelteksten.

At ikke all informasjonen om digital mobbing kommer med kan være et resultat av hva mediene spiller på når de skal utforme en nyhetssak. Et viktig element i dette er forenkling; journalistene forenkler komplekse budskap, mangfoldet begrenses, nyansene innskrenkes og det innviklede fremstilles enkelt og konsist. Dette spiller nok en mer eller mindre sentral rolle i hvordan journalistene utformer saker som omhandler digital mobbing. Samtidig viser analysen at hva artiklene presenterer er som oftest i samsvar med det som står i teorien.

Forenkling er som Allern (2001:36) bemerker ikke det samme som fordumming, mediene skaper bare et rammeverk der nyhetene kan produseres fort og enkelt. Så hva leseren sitter igjen med er et bilde av digital mobbing der problemet på mange måter blir speilet gjennom små bruddstykker. Det er samtidig viktig å påpeke at leseren ikke lærer alt fra mediene, men at mediene spiller en viktig rolle i hvordan problemer kan oppfattes.

7 OPPSUMMERENDE KONKLUSJON

I dette avsluttende kapittelet vil jeg kort oppsummere oppgaven, der jeg ser på valg av metode og teori, viser til funnene samt hva jeg fant ut i diskusjonen. Jeg vil også trekke inn oppgavens svake og sterke sider, samt vise til hvilke endringer som har skjedd i nyhetsverden rundt digital mobbing etter at artikkeluniverset ble analysert. Jeg runder av med hva oppgaven kan brukes til og kommer til å stille et par spørsmål som kan danne grunnlaget for videre forskning.

7.1 OPPSUMMERING AV OPPGAVEN

Målet med oppgaven var å gi innsikt i hvordan nyhetsmediene dekker digital mobbing. Jeg valgte å se nærmere på dette ved å formulere to problemstillinger, henholdsvis; *hvilket bilde tegner nyhetsmediene av digital mobbing, og hvilken rolle spiller organisasjoner og statlige organer i dette bildet og hvilket bilde sitter leseren igjen med av digital mobbing etter å ha lest nyhetene.*

Ved å vise til tidligere forskning ble både Medietilsynets og EU Kids Online undersøkelsene brukt. Begge undersøkelsene har spilt en viktig rolle i oppgaven, spesielt i teorikapittelet. Jeg valgte også å se nærmere på hvilke aktører det finnes som jobber med digital mobbing, slik som *Røde Kors, Barnevakten og Konfliktrådet.* Disse aktørene spilte en sentral rolle for utformingen av en del spørsmål i kodeboken.

Å besvare problemstillingene krevde et bredt spekter med teori fra ulike fagområder. For å kunne diskutere problemstilling nummer to valgte jeg å se nærmere på medieteorier som omhandlet mediernes makt, spesielt hvordan mediene former nyhetssaker. Teori rundt mediepåvirkning og nyhetsmediene som sosial konstruksjon spilte også en mindre men viktig rolle i diskusjonen. Sist men ikke minst presenterte jeg hvordan pressen forholder seg til sine kilder. Denne delen hadde en viktig rolle både for den første og den andre problemstillingen. For å kunne belyse den første problemstillingen var det viktig å vise til forskning om digital mobbing, som siste delen av teorikapittelet tok for seg. Her ble de ulike sidene ved digital mobbing

presentert, og dette dannet grunnlaget for kodeboken og for sammenlikning senere i diskusjonskapittelet.

Jeg valgte å benytte meg av en kvantitativ innholdsanalyse for data-innsamlingen. Ved å definere avisuniverset og tidsperiode, samt søkeord fikk jeg, ved hjelp av Atekst, samlet inn oppgavens analyseenheter, som utgjorde 110 artikler. På bakgrunn av teorikapittelet ble kodeboken utarbeidet og 6050 valg senere hadde de 110 artiklene blitt kodet inn i statistikk programmet PASW. Det resulterte i 65 tabeller og 20 sider med dyptgående analyse av artiklene, og mye data til videre diskusjon.

Den første problemstillingen ble i diskusjonen delt inn i to deler. Den første delen så på hvilket bilde nyhetsmediene tegner av digital mobbing ved å se på hvilke definisjoner, karakteristikk, mobbformer, teknologier, årsaker, konsekvenser, misoppfatninger og data som ble presentert i artiklene. På bakgrunn av disse momentene skulle diskusjonen avdekke hvilket bilde nyhetsmediene tegnet av problemet. Den andre delen så på hvilken rolle organisasjoner og statlige organer spilte i dette bilde, der teorien som omhandlet organisasjoners rolle i samfunnet ville spille en sentral rolle.

Hovedfunnet i diskusjonen tyder på at Aftenposten, VG og Dagbladet greier å tegne et nokså nøyaktig bilde av digital mobbing. I artiklene kommer det fram mange karakteristikk om hva digital mobbing er, noe som ofte baseres på ulempene de digitale mediene gir. På det teknologiske plan er det både mobiltelefoner og PC'er som brukes for å mobbe, der den viktigste mobbekanalen uten tvil er det sosiale nettstedet Facebook. Journalistene setter særlig fokus på konsekvensene av digital mobbing. I motsetning til det forskningen sier, tar offeret, i følge avisene, ofte kontakt med noen for å få hjelp. Mobbedataene som artiklene presenterer, er noe høyere enn de som jeg viste til i teorikapittelet om digital mobbing, der antall personer som opplevde mobbing i prosent, lå på mellom 8 og 10%, mens tallene fra artiklene ligger på mellom 10 til 15%. I følge forskningen er kjønnsfordelingen blant dem som mobber eller er offer svært jevn. I artikkeluniverset derimot, er det jentene som dominerer. I mange av artiklene ville mobbesituasjonen ende med en politianmeldelse. Oppsummerende kan man si at bildet som avisene har tegnet så lang, tyder på at den mest vanlige mobberen er ei jente som mobber en medelev på Facebook. I dette bildet kommer også en del organisasjoner til orde og Barnevakten er

mest synlig. Blant de statlige organene er det Medietilsynet som er mest synlig som kilden til digitale mobbedata og Konfliktrådet til konfliktløsning. Analysen viser at de statlige organene er mer synlige enn organisasjonene. Organene brukes som en kilde til forskningstall om digital mobbing, men samtidig er de også godt synlige i artiklene som presenterer ulike mobbekarakteristikker og former.

I problemstilling nummer to ble mye av det teoretiske rundt mediene brukt, der hensikten var å belyse hvordan journalistene presenterte innholdet i artiklene. I artiklene kommer informasjonen i form av bruddstykker som leseren så bruker til å danne seg et bilde av digital mobbing. Jeg har vist at informasjonen både kan være nøyaktig, altså stemme overens med hva jeg viste til i teorikapittelet, men til tider også unøyaktig, der jeg kan trekke inn de ulike misoppfatningene som eksempler på dette. Kildevalget til journalistene er noe lav og ikke alle aktørene i en mobbesak kommer til orde, men samtidig er fakta om digital mobbing godt ivaretatt. Jeg mener at bildet leseren sitter igjen med om digital mobbing er nyansert på mange måter, det speiler til en viss grad hva faktisk digital mobbing er, selv om ikke alle aspektene kommer med, slik som mobberens stemme og de ulike mobbeformer. Analysen tyder på at hva artiklene presenterer som oftest er i samsvar med det som står i teorien. Det leseren sitter igjen med er altså et bilde av digital mobbing der problemet på mange måter blir speilet gjennom små bruddstykker, men det også er viktig å påpeke at leseren lærer ikke alt fra mediene, men at mediene spiller en viktig rolle i hvordan problemer kan oppfattes.

7.2 STYRKER OG SVAKHETER VED OPPGAVEN

En hver oppgave har sine styrker og svakheter. Tatt i betraktning oppgaven min, vil jeg belyse noen av disse. Det er flere aspekter, i hvordan oppgaven ble løst, som kan betraktes som svakheter, deriblant at jeg ikke benyttet meg av en kvalitativ innholdsanalyse. Ved å bruke en slik metode i tillegg, ville jeg kunne gå mer i dybden på hvordan journalistene presenterer en mobbesak. Samtidig er det viktig å bemerke at det tidsmessig ikke ville vært mulig for meg å ha en slik tilleggsmetode.

Det var viktig for oppgaven å fastsette en tidsperiode hvor jeg trakk ut artikkeluniverset fra. Samtidig har det vært en del nyhetssaker utenom denne perioden

som kunne ha bidradd til å gi viktig data til analysen. Blant disse hendelsene finner vi VGs store mobbekampanje – Bry deg (Medietilsynet, 2011c). Kampanjen ble startet i januar 2011 og resulterte i at mange nye artikler om digital mobbing ble publisert, både i papir- og nettavisen. Disse artiklene kunne ha bidradd til flere spennende data å analysere og trekke ut konklusjoner fra. Det virket også som at det ble et høyere fokus på hvordan mobbing påvirker voksne i nyhetsmediene, spesielt kom lærere i fokus.

7.3 VEIEN VIDERE

Oppgavens resultater kan kun generaliseres i forhold til de avisene jeg valgt å bruke som avisunivers; Aftenposten, VG og Dagbladet. Det er også begrensninger i metoden jeg har valgt å bruke, der kun det som kan måles i variabler blir registrert om digital mobbing i nyhetsmediene. Det vil dermed være å anbefale ved videre forskning å foreta en kvalitativ innholdsanalyse av de artiklene jeg har analysert. Hvis jeg også skal trekke inn videre forskning på et større plan vil det være interessant å se hvordan flere aviser dekker dette problemet, både gjennom en kvalitativ og kvantitativ innholdsanalyse. Jeg håper å tro at denne oppgaven kan være en start for en eventuell videre analyse av digital mobbing i nyhetsmediene. Jeg vil også tro at nyhetsmediene brukt riktig kan være en sentral kanal både for å synliggjøre men også for å bekjempe digital mobbing. Dermed håper jeg at ved en fremtidig analyse av norske nyhetsmedier vil nettopp dette bli avdekket, at de er en kanal som blant annet opplyser om digital mobbing.

REFERANSELISTE

- Aftenposten (2010) *Dette er Aftenposten* [Online], Tilgjengelig: <http://a.aftenposten.no/kontakt/article925.ece> [06.12.10]
- Aftenposten (2011) Et søk i arkivet på *digital mobbing* [Online] [13.01.11]
- Allern, Sigurd (2001) *Nyhetsverdier Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*; Kristiansand: IJ-forlaget
- Allern, Sigurd (2005) "Kildene og mediemakten", i Eide, Martin (red.) *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*, Oslo: Gyldendal Akademisk, s. 273-303
- Allern, Sigurd (1997) *Når kildene byr opp til dans*, Oslo: Pax forlag
- Badi, Diana & Kristiansen, Arnhild A. (2009) *Elev hengt ut som hallik på YouTube* [Online], Tilgjengelig: <http://www.dagbladet.no/2009/03/05/nyheter/innenriks/mobbing/5153398/> [10.07.2011]
- Baltzersen, Rolf K. (2008) *Hva er egentlig teknologideterminisme? Er forsøk på å tydeliggjøre begrepet gjennom å skille mellom nomologisk og normativ teknologideterminisme* (sic.), Halden: Høgskolen i Østfold, Tilgjengelig: http://brage.bibsys.no/hiof/bitstream/URN:NBN:no-bibsys_brage_8315/1/hefte6-08.pdf [25.03.11]
- Barneombudet (2011) *Mobbing* [Online], Tilgjengelig: http://www.barneombudet.no/temasider/skole_og_b/mobbing/ [24.10.11]
- Barnevakten (2011) *Digital mobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://www.barnevakten.no/digital-mobbing/> [24.10.11]

Barnevakten (2009): *Stenger mobilmobberne ute* [Online], Tilgjengelig: <http://www.barnevakten.no/sider/tekst.asp?side=25903> [14.01.10]

Bell, Ann (2009) *Exploring web 2.0: second generation Internet tools - blogs, podcasts, wikis, networking, virtual worlds, and more*, Georgetown, TX: Katy Crossing Press

Bjørnå, Tove M. (2008) *10.500 flere blir mobbet i skolen* [Online], Tilgjengelig: <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article2803511.ece> [10.07.2011]

Bruk hue (2011) *BRUK HUE - Skoleturne om digital mobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://www.brukhue.com/> [27.01.11]

Bruk Hue (2011a) *Bruk Hue!* [Online], Tilgjengelig: <http://www.brukhue.com/?page=4> [24.10.11]

Bø, Inge & Scheffloe, Per M. (2007) *Sosiale landskap og sosial kapital*, Oslo: Universitetsforlaget

bølle (2011) *Sett fokus på nettbølling* [Online], Tilgjengelig: <http://www.facebook.com/manifest.mot.mobbing> [24.10.11]

Carlsson, Ulla (2010) *Barn och unga i den digitala mediekulturen*, Göteborg: Nordicom

Conrad, Peter (1997) "Public Eyes and Private Genes: Historical Frames, News Constructions, and Social Problems", *Social Problems*, Vol. 44, No. 2, s. 139-154, Tilgjengelig: <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/3096939.pdf?acceptTC=true> [27.02.11]

Conrad, Peter & Markens, Susan (2001) "Constructing the 'Gay Gene' in the News: Optimism and Skepticism in the US and British Press", *Health (London)*, Vol. 5, No. 3, s. 373-400, Tilgjengelig: <http://hea.sagepub.com/content/5/3/373> [27.02.11]

Dagbladet (2009a): *Her går eleven (15) amok med slag og trusler mot læreren* [Online], Tilgjengelig: <http://www.dagbladet.no/2009/10/19/nyheter/innenriks/politiet/vold/trusler/8644014/> [14.01.10]

Dagbladet (2009b) *Elever laget hatside mot lærer på Facebook* [Online], Tilgjengelig: <http://www.dagbladet.no/2009/10/06/nyheter/innenriks/mobbing/lerer/8441748/> [14.01.10]

Dagbladet (2010) *Dagbladets husregler* [Online], Tilgjengelig: <http://www.dagbladet.no/info/husregler.html> [07.12.10]

Dahl, Hans F. (2004) *Mediehistorie Historisk metode i mediefaget*, Oslo: Damm & Søn

Dahl, Hans F. (2010) "Aftenposten", i Dahl, Hans F. (Hovedred.) & Flo, Idar (Bindred.) *Norsk presses historie 1-4 (1660-2010), Bind 4 - Norske aviser fra A til Å* Oslo: Universitetsforlaget, s. 25

Datatilsynet (2011) *Slettmeg.no* [Online], Tilgjengelig: <http://www.slettmeg.no/> [27.01.11]

Du bestemmer (2011) *Om Du bestemmer* [Online], Tilgjengelig: http://www.dubestemmer.no/no/Om_Du_bestemmer/ [24.10.11]

Eide, Martin (2010) "VG", i Dahl, Hans F. (Hovedred.) & Flo, Idar (Bindred.) *Norsk presses historie 1-4 (1660-2010), Bind 4 - Norske aviser fra A til Å* Oslo: Universitetsforlaget, s 368

Engh, Christine (2010a) *Digital mobbing øker kraftig* [Online], Tilgjengelig: <http://www.aftenposten.no/nyheter/oslo/article3499785.ece> [10.07.2011]

Engh, Christine (2010b) *Politirådgiver: Kan ende med vold* [Online], Tilgjengelig: <http://www.aftenposten.no/nyheter/oslo/article3499784.ece> [11.07.11]

Eriksen, Anders R. (2005) "Replikk til Urszula Srebrowskas artikkel 'ATEKST kan lede på villspor'", i *Norsk medietidsskrift*, nr. 1, Oslo: Universitetsforlaget, s. 44-47.

Ertesvåg, Frank & Bones, John (2009) *Kraftig økning i mobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/elevavisen/artikkel.php?artid=552792> [10.07.2011]

Flaatten, Sandra V. (2006) *Mobbing i videregående skole: En analyse av fem norske undersøkelser* [Online], Tilgjengelig: https://teora.hit.no:8443/dspace/bitstream/2282/859/1/Mobbing_i_videregaende.pdf [16.02.11]

Fragell, Geir (2009) *Norge verst i nettmobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/artikkel.php?artid=540667> [25.05.11]

Fretland, Ragnhild A. (2008): *Eksplosjon av nett- og mobilmobbing*, Dagbladet, 08.01,2008

Fosse, G.K. (2006) *Mental health of psychiatric outpatients bullied in childhood* Trondheim: NTNU.

Fossum, Egil & Mayer, Sidsel (2008) *Er nå det så sikkert?*, Oslo: Cappelen Akademisk Forlag

Gauntlett, David (2002) *Media, Gender and Identity* London: Routledge

Grønmo, Sigmund (2004) *Samfunnsvitenskaplige metoder*, Bergen: Fagbokforlaget

Herseth, Siril K. & Johansen, Anders H. (2009) *Lærere er spesielt utsatt for nettmobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://www.dagbladet.no/2009/10/06/nyheter/innenriks/mobbing/lerer/8441748/> [11.07.11]

Hinduja, Sameer & Patchin, Justin W. (2008) "Cyberbullying: An Exploratory Analysis of Factors Related to Offending and Victimization", *Deviant Behavior*, Vol. 29, No. 2, s. 129 - 156, Tilgjengelig: http://pdfserve.informaworld.com/555293_751315987_790327311.pdf [09.02.11]

Hoover, Stewart M. (2006) *Religion in the Media Age* London: Routledge.

Hårvar, Yngve B. (2007) *Å forstå avisa: Innføring i praktisk presseanalyse*, Bergen: Fagbokforlaget

IMDB (2011) *Outfoxed: Rupert Murdoch's War on Journalism* [Online], Tilgjengelig: <http://www.imdb.com/title/tt0418038/> [27.01.11]

Jacobsen, Frithjof (2009) *Råtasserne*, VG, 10.02.2009, s. 9

Kallevik, Svein A. (2007) *Nyhetenes psykologi*, Kristiansand: ij forlaget

Knutsen, Anders S. (2009) *Henger elever ut med sex-sladder*, VG, 10.02.2009, s. 8

Konfliktrådet (2011) *Konfliktrådet* [Online], Tilgjengelig: <http://www.konfliktraadet.no/> [24.10.11]

Kowalski, Robin M. & Limber, Susan P. & Agatston, Patricia W. (2008) *Cyber Bullying: Bullying in the Digital Age*, Malden, Oxford, Victoria: Blackwell Publishing

Kowalski, Robin M. (2008) "Cyber bullying: Recognizing and Treating Victim and Aggressor", *Psychiatric Times*, Vol. 25, No. 11, s. ingen gitt, Tilgjengelig: <http://www.psychiatrictimes.com/display/article/10168/1336550#> [24.03.11]

Kripos (2011) *Om kripas* [Online], Tilgjengelig: https://www.politi.no/kripas/om_kripas/ [24.10.11]

Krippendorff, Klaus (2004) *Content Analysis: an Introduction to its methodology*, Thousand Oaks, Calif: Sage Publications

Lauritzen, Ellen S. (2008) *Spiller op nye strenger*, Dagbladet, 21.01.2008, s. 48

Livingstone, Sonia & Haddon, Leslie (2009) *< kids online >: opportunities and risks for children*, Bristol: The Policy Press

Livingstone, Sonia & Haddon, Leslie & Görzig, Anke & Ólafsson, Kjartan (2011) *Risk and safety on the internet: The perspective of European children. Full findings*, LSE, London: EU Kids Online

Livingstone, Sonia (2009) *Children and the Internet* Cambridge: Polity Press

Luhmann, Niklas (2000) *The Reality of the Mass Media*, Stanford, California: Stanford University Press

Lüders, Marika & Prøitz, Lin & Rasmussen, Terje (red.) (2007) *Personlige medier: livet mellom skjermene*, Oslo: Gyldendal akademisk

Lundby, Knut & Sumiala-Seppänen, J. & Salokangas, Rai (Eds.) (2006) *Implications of the Sacred in (Post)Modern Media* Göteborg: Nordicom

Mathiesen, Thomas (2006) *Makt og medier: En innføring i mediesosiologi*, Oslo: Pax Forlag

Mason K. (2008): "Cyberbullying: A preliminary assessment for school personnel", *Psychology in the Schools*, Vol. 45, No. 4, s. 323 – 348, Tilgjengelig: <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/117925598/PDFSTART> [14.01.10]

McCullagh, Ciaran (2002) *Medie Power: A Sociological Introduction*, Houndmills: palgrave

McQuade, III, Samuel C. & Colt, James P. & Meyer, Nancy B. B. (2009) *Cyber bullying - Protecting kids & adults from online bullies*, Westport, Connecticut, London: Praeger

Medienorge (2010a) *Ti største aviser* [Online], Tilgjengelig: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=avis&aspekt=&queryID=353> [02.11.10]

Medienorge (2010b) *Lesertall for norske aviser* [Online], Tilgjengelig: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=avis&aspekt=&queryID=273> [02.11.10]

Medienorge (2010c) *Daglig dekning for nettaviser* [Online], Tilgjengelig: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=avis&aspekt=&queryID=253> [02.11.10]

Medienorge (2010d) *Opplagstall norske aviser - resultat* [Online], Tilgjengelig: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=avis&queryID=190> [09.12.10]

Medienorge (2010e) *Lesing av papiravis og nettavis en gjennomsnittsdag* [Online], Tilgjengelig: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=avis&queryID=360> [09.12.10]

Medietilsynet (2011) *Om oss* [Online], Tilgjengelig: <http://www.medietilsynet.no/no/Trygg-bruk/Om-oss/> [24.10.11]

- Medietilsynet (2011b) *Samarbeidspartnere* [Online], Tilgjengelig: <http://www.medietilsynet.no/no/Trygg-bruk/Om-oss/Samarbeidspartnere/> [04.12.11]
- Medietilsynet (2011c) *VG kjører kampanje mot mobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://www.medietilsynet.no/no/Trygg-bruk/Nyheter/110207-Brydeg/> [07.12.11]
- Medietilsynet (2010) *Barn og digitale medier: Fakta om barn og unges bruk og opplevelse av digitale medier*, Fredrikstad: Medietilsynet
- Mühleisen, Wencke (2003) *Kjønn og sex på TV: norske medier i postfeminismens tid* Oslo: Universitetsforlaget
- Neuendorf, Kimberley A. (2002) *The Content Analysis Guidebook*, London: Sage Publications
- NTB (2009) *Kraftig økning i mobbing på skolene* [Online], Tilgjengelig: <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article3053126.ece> [25.05.11]
- NTB (2009b) *-Hvert femte barn mobbes på nettet* [Online], Tilgjengelig: <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/article3357573.ece> [25.05.11]
- Olsen, Linda E. (2009) *Ungdom krever mer av nyhetene* [Online], Tilgjengelig: <http://medienorge.uib.no/?cat=nyhetsbrev&page=show&id=0901> [12.01.11]
- Olufsen, Bernt (2006) *Trafikkregler for redaksjonen i VG* [Online], tilgjengelig: http://vginfo.vg.no/filer/2006/etikk_i_vg_35.pdf [07.12.10]
- Olweus-programmet (2011) *Hva er Olweus-programmet?* [Online], Tilgjengelig: <http://helse.uni.no/ContentItem.aspx?site=29&ci=4338&lg=1> [23.10.11]
- Olweus, Dan (1992) *Mobbing i skolen: hva vi vet og hva vi kan gjøre*, Oslo: Universitetsforlaget

Olweus, Dan & Limber, Susan P. (2010) "Bullying in School: Evaluation and Dissemination of the Olweus Bullying Prevention Program" *American Journal of Orthopsychiatry*, Vol. 80, No. 1, s. 124-134

Orpinas, Pamela & Horne, Arthur M. (2006) *Bullying Prevention: Creating a Positive School Climate and Developing Social Competence*, Washington, DC: American Psychological Association

Patchin, Justin W. & Hinduja, Sameer (2009) *Bullying: Beyond the Schoolyard*, Thousand Oaks, California: Corwin Press

Patchin J. & Hinduja S. (2006): "Bullies Move Beyond the Schoolyard" *Youth Violence and Juvenile Justice*, Vol. 4, No. 2, s. 148-169, Tilgjengelig: <http://yvj.sagepub.com/cgi/reprint/4/2/148> [26.01.11]

Priest Susanna H. (1996) *Doing Media Research An introduction*, London: Sage Publications

Redd barna (2011) *Nettvett* [Online], Tilgjengelig: <http://www.reddbarna.no/vaart-arbeid/barn-i-norge/nettvett> [24.10.11]

Regjeringen (2009): *Nytt Manifest mot mobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kd/aktuelt/nyheter/2009/nytt-manifest-mot-mobbing.html?id=545562> [14.01.10]

Retriever (2010) *Mediearkiv/ATEKST* [Online], Tilgjengelig: <http://retriever.no/tjenester/research.html> [16.12.10]

Ridar, Therese R. (2008) *Ukens tema: Fanget av nettet*, VG, 22.03.2008, s. 16-21

Riffe, Daniel & Lacy, Stephen & Fico, Frederick G. (2005) *Analyzing Media Messages - Using quantitative content analysis in Research 2nd ed.* London: Lawrence Erlbaum Associates

Respons (2010) *Publikum - Medievaner og holdninger - hovedtall* Bergen: Nordiske mediedager

Roland, Erling (2007) *mobbingens psykologi: Hva kan skolen gjøre?*, Oslo: Universitetsforlaget

Røde Kors (2011) *Velkommen* [Online], Tilgjengelig, <http://www.korspahalsen.no/> [24.10.11]

SAF (2010) *Dramatisk økning i digital mobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://saf.uis.no/forskning/mobbing/article25693-673.html> [23.10.11]

Samuelsen, Reidun J. (2008) *Mener straffbar mobbing går fri*, Aftenposten, 04.02.2008, s. 7

Samuelsen, Reidun J. (2008b) *Politiet la vekk saken*, Aftenposten, 04.02.2008, s. 6

Sandsleth, Gudmund (2007) *Mobbing - Forstå, bekjempe og forebygge*, Oslo: Gyldendal

Shariff, Shaheen (2009) *Confronting Cyber-bullying: What schools need to know to control misconduct and avoid legal consequences*, Cambridge; Cambridge University Press

Shariff, Shaheen & Churchill, Andrew H. (2010) *Truths and myths of cyber-bullying*, New York: Peter Lang

slettmeg.no (2011) *Om slettmeg.no* [Online], Tilgjengelig: <http://www.slettmeg.no/om> [24.10.11]

Slonje R. & Smith P. (2008) ” Cyberbullying: Another main type of bullying?”, *Scandinavian Journal of Psychology*, Vol. 49, No. 2, s. 147 – 154, Tilgjengelig: <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/119396531/PDFSTART> [14.01.10]

Solove, Daniel J. (2007) *The future of reputation: gossip, rumor, and privacy on the Internet*, New Haven: Yale University Press

Srebrowska, Urszula (2005) “ATEKST kan lede på villspor”, i *Norsk medietidsskrift*, nr. 1, Oslo: Universitetsforlaget, s. 40-43.

Sveggum, Silje K. (2008) *HOVEDSAKEN: “Mia” baksnakket, truet og isolerte andre jenter systematisk. At hun var skoleflink, bidro trolig til at hun ikke ble avslørt.*, Dagbladet Magasinet, 29.11.2008, s. 24-32

Sætre, Jorunn T. (2009) *Digital mobbing i ungdomsskolen*, Haugesund: Høgskulen Stord (Hvordan referere til masteroppgave?)

Telenor (2011) *Sikkerhet for barn* [Online], Tilgjengelig: <http://www.telenor.no/privat/mobil/mobiltjenester/sikkerhet/> [24.10.11]

TNS-Gallup (2011) *InterBuss: Facebook nøkkeltall* [Online], Tilgjengelig: <http://www.tns-gallup.no/?did=9091935> [29.10.11]

udir (2011) *Mainfest mot mobbing* [Onling], Tilgjengelig: http://www.udir.no/Upload/Mobbing/Manifest_mot_mobbing_brev_til_eiere.pdf?epslanguage=no [24.10.11]

Vaage, Odd F. (2010) *Norsk mediebarometer 2009*, Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå

Vaillancourt, Tracy & McDougall, Patricia & Hymel, Shelley & Krygsman, Amanda & Miller, Jessie & Stiver, Kelley & Davis, Clinton (2008) "Bullying: Are researchers and children/youth talking about the same thing?" *International Journal of Behavioral Development*, Vol. 36, No. 6, s. 486 - 495, Tilgjengelig: <http://jbd.sagepub.com/content/32/6/486.full.pdf+html> [09.02.11]

VG (2010) *Velkommen til VG INFO* [Online], Tilgjengelig: <http://vginfo.vg.no/> [07.12.10]

VVP (2006) *Vær Varsom-plakaten* [Online], Tilgjengelig: <http://presse.no/Etisk-regelverk/Vaer-Varsom-plakaten> [30.11.11]

Waldahl, Ragnar (2003) *Mediepåvirkning 2. utg*, Oslo: Gyldendal Akademisk

Weber, Robert Philip (1990) *Basic content analysis 2nd ed.*, California: SAGE publications

Wikipedia (2011) *Liste over norske riksdekkende aviser* [Online], Tilgjengelig: http://no.wikipedia.org/wiki/Liste_over_norske_riksdekkende_aviser [20.07.2011]

Willard, Nancy E. (2007) *Cyberbullying and cyberthreats*, Illinois: Research Press

Zero (2011) *Skoleprogram mot mobbing* [Online], Tilgjengelig: <http://saf.uis.no/forskning/mobbing/mobbeprogram/> [24.10.11]

Østbye, Helge & Helland, Knut & Knapskog, Karl & Hillesund, Terje (1997) *metodebok for mediefag*, Bergen: Fagbokforlaget

Østbye, Helge & Helland, Knut & Knapskog, Karl & Larsen, Leif Ove (2002) *metodebok for mediefag 2. utgave*, Bergen: Fagbokforlaget

VEDLEGG

VEDLEGG I – KODEBOK

OVERSIKT OVER KODEBOKEN

Del 1 – Generell informasjon	127
Del 2 – Digital mobbing	130
Definisjon & Karakteristikk	131
Mobbeformer	132
Teknologi	133
Årsak og konsekvens	134
Mobbedata	136
Misoppfatninger	137
Annet	138
Del 3 – Kildebruk	139
Del 4 – Organisasjoner	140
Del 5 – Tillegg	141
Variabler som ikke kom med i analysen	142

Variablene som jeg her viser til ble alle registrert ved hjelp av statistikkprogrammet *PASW Statistics*. En oversikt over artiklene som ble brukt finnes i Vedlegg IV på side 158. Oppgavens kodebok ble delt inn i fire ulike temaområder – disse var *Generell informasjon*, *Digital mobbing*, *Kildebruk* og *Organisasjoner*. Noen av disse temaområdene ble igjen delt inn i undertemaer, der dette gjelder spesielt Digital mobbing området.

DEL 1 – GENERELL INFORMASJON

Denne delen av kodeskjemaet tok for seg den generell informasjonen rundt artiklene. Slik som dato for publisering, hvilken avis artikkelen stammer fra og hvem som var forfatteren. Den tok også for seg hvem som var hovedstemmen til artikkelen, hvem målgruppen var og hvem varartikkelens fokus. Denne delen hadde følgende variabler:

1. Dato

2. Avis

1. VG

2. VG Nett

3. DB

4. DB Nett

5. Aftenposten

6. Aften Nett

3. Hvem er artikkelen skrevet av – REDAKSJON

1. Avisens egen redaksjon/journalister

2. Kommentar

3. NTB, A-pressen Osloredaksjon etc.. (Allern, 2001:65)

4. Organisasjon

5. Avisredaksjon + NTB

6. Annen avis

4. Forfatter av artikkelen - Navn

Konteksten og størrelsen på en artikkel er viktig når man ønsker å se hvordan en sak prioriteres

5. Størrelsen på/type artikkelen Antall ord - volum på teksten

5. b) Sidetall - gjelder kun papiravisene

Spørsmålet skal avdekke om avisene bruker de samme kildene til å utforme en nyhetssak, noe som er vanlig hvor redaksjonen for eksempel benytter seg av NTB.

5c. Finner vi artikkelen igjen i andre aviser, eller refereres det til den i en annen artikkel?

1. Annen artikkel

2. Finner den i en annen avis

Variabelen som så etter artikkelens målgruppe skulle belyse hvem artikkelen rettet seg mot. For meg var det interessant å se på om artiklene rettet seg mot *barn og ungdom*,

foreldre, skole eller barn/ungdom og foreldre. En artikkel som rettet seg mot *barn og ungdom* ville fokusere på hvilke uheldige konsekvenser mobbing gjennom mobiltelefoner hadde, der den også kunne henvise til Røde kors' krisetelefon. En artikkel rettet mot *foreldre* kunne blant annet fokusere på hvordan mobilmobbing har økt den siste tiden, der saker for eksempel endte i Konfliktrådet. Informasjon rundt hvordan bruke mobiltelefonen for barna kunne også bli presentert. Artikler rettet mot *skolen* viste ofte til hendelser der skolen ikke grep inn tidsnok og som fikk konsekvenser for offeret. Her ville ofte skolens rektor og eventuelt en liten gruppe med elever bli intervjuet, og der ulike tiltak mot mobbing kunne bli presentert.

6. Hvem er artikkelens målgruppe?

1. Barn & Ungdom
2. Foreldre
3. Skole
4. Pedagoger
5. Organisasjoner
6. Barn, Ungdom og foreldre

Variabelen som spør etter hovedstemmen i artikkelen er ment for å avdekke hvilken person som kommer til oftest til orde.

7. Hovedstemme (Hvem kommer til ordet)

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 1. Organisasjon | 2. Journalist |
| 3. Foreldre | 4. Barn/Ungdom |
| 5. Skole | 6. Politi |
| 7. Offer | 8. Mobber |
| 9. Fagfolk | 10. Andre stemmer |
| 11. Flere stemmer | 12. Stat/Politiker |

8. Artikkelen omhandler en..

1. enkelt sak
2. flere saker

9. Hvor kommer historien fra

1. Norge
2. Utlandet
3. Norge og utland

Variabelen under skal registrer hvem/hva som er artikkelens fokus. Det vil si hva skriver journalisten om, hvis dette kommer tydelig fram. Kategori 6 *Digital mobbing generelt* brukes når artikkelen tar for seg mer generelle trekk ved digital mobbing. Jeg valgte å bruke denne kategorien når artikkelen kastet lys på digital mobbing gjennom blant annet å vise til hvilke konsekvenser dette hadde og hvor man kunne henvende seg hvis man opplevde å bli mobbet.

10. Hvem/hva er i fokus for artikkelen

- | | |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. Mobber | 2. Offer |
| 3. Institusjon / Skole | 4. Foreldre |
| 5. Mobber & offer | 6. Digital mobbing generelt |
| 7. Samfunnet | 8. Annet |
| 9. Mobbing | 10. Nettvaner |

DEL 2 – DIGITAL MOBBING

Dette var den delen med flest variabler og flest kategorier – 35 variabler til sammen. Med bakgrunn i teorikapittelet delte jeg denne delen inn i følgende undertema; *Generell informasjon, Definisjon & karakteristik, Mobbeformer, Teknologi, Årsak & konsekvens, Mobbedata, Misoppfatninger og Annet.*

Variabelen som spør etter hvor mobbingen pågår skal kaste lys på om det kommer frem i artikkelen hvor den digitale mobbesituasjonen oppstod.

- | | |
|---------------------------|-----------------|
| 11. Hvor pågår mobbingen? | 1. Hjemme |
| | 2. Skolen |
| | 3. Hjemme+skole |
| | 4. Arbeidsplass |
| | 5. Andre steder |

12. Er det gutt eller jente som blir mobbet – evt. hvilket kjønn er i fokus i artikkelen

1. Gutt / Mann
2. Jente / Kvinne
3. Begge
4. Vet ikke

Kommer det fram i artikkelen om det var noen som stod offeret nært som var med å mobbe, dette kan være medelever, venner, familie? Dette må komme tydelig fram i artikkelen

13. Var noen som stod offeret nært med på å mobbe? (Medelever, "venner", familie)

1. Medelever
2. Venner
3. Familie

Definisjon & Karakteristikk

Definisjon & karakteristikk-delen har variabler som spør etter om artikkelen nevner en definisjon eller om det kommer tydelig fram karakteristikk på digital mobbing.

Jeg har i teorien definert hva digital mobbing kan være, kommer noe av dette fram i artiklene? Kommer det tydelig fram karakteristikk på hva digital mobbing er? Slik som det som spørres om i spørsmål 15?

14. Kommer det klart fram hva digital mobbing er?

1. Definisjon
2. Karakteristikk
3. Definisjon og karakteristikk

Hvis det kommer fram karakteristikk på digital mobbing, hvilke nevnes? Kategori 5 er ment for de beskrivelsene i artikkelen som nevner at teknologi har visket bort avstanden mellom offeret og mobberer. Offeret kan være tilgjengelig gjennom mobiltelefonen eller datamaskinen.

15. Hvilken karakteristikk av digital mobbing presenteres (Hovedform)

1. "ingen voksen til stede - derfor mobbet vi"
2. Anonymitet
3. Nå et stort publikum
4. "piling on"
5. Teknologien muliggjør kontakt uansett hvor man er / avstand til offer
6. Annet

15a Hvilken karakteristikk av digital mobbing presenteres (Tilleggform)

Mobbeformer

Mobbeform-delen ble hovedsaklig til etter de formene som ble presentert i teorikapittelet. Disse er, Trakassering, Flaming, Trolling, Identitetstyveri, Informasjonsavsløring (*Outing*), Happy slapping, Nettforfølgelse (*Cyberstalking*), Ekskludering (*Exclusion*), Seksuell trakassering og Ærekrenkelser/vanære/Snakke nedsettende (*Denigration*).

16. Hvilken form for digital mobbing presenteres (Hovedform)

1. Trakassering, sjikanering (harassment), Hetsekampanjer, kallenavn
2. Flaming - motsatt av trolls - aggressiv og fiendtlig diskusjon
3. Trolling - Trolls - motsatt av flamers - skriver noe bare for å provosere
4. Identitetstyveri (impersination)
5. Outing - dele sensitiv/"hemmelig" info på nett
6. Happy slapping
7. Nettforfølgelse (cyberstalking), trusler, utpressing
8. Ekskludering (excludes) - Sosial isolasjon - "sosial død"
9. Seksuell trakassering - kjønnsdiskriminering, uønsket seksuell oppmerksomhet, seksuell tvang
10. Ærekrenke/vanære (denigration) - Hatsider, Rykte- og sladderspredning, Falske beskyldninger, Photoshopping

17. Hvilken form for digital mobbing presenteres (Tilleggsform)

- Samme alternativer som over.

Teknologi

Teknologi-delen spør etter hvilken teknologi som blir brukt for å mobbe. Her skal det registreres hvilke kanaler som ble brukt – e-post, sms, sosiale nettsider og så videre.

Denne delen spør også etter hvilken sosiale nettverkssted blir brukt, slik som Facebook og VGs Nettby.

18. Hvilken teknologi er brukt (el. nevnes)

1. Mobil
2. PC/Inernett
3. Begge deler

19. Hva er hovedkanalen (Hoved fra mobberens side)

- | | |
|---------------------|-------------------------------|
| 1. E-post | 2. IM (chatte prog) |
| 3. Chatterom | 4. SNS (sosial nettverkssted) |
| 5. Blogg | 6. Hjemmelaget nettside |
| 7. Diskusjonsforum | 8. MMORPG |
| 9. Avstemningssider | 10. SMS/tekstmelding |
| 11. MMS | 12. Video på mobil |
| 13. Flere av disse | 14. Annet |

19a Hva er tilleggskanalen - Samme alternativer som over.

20. (Hvis SNS på forrige spm) Hvilken SNS?

1. Facebook
2. MySpace
3. Datingside
4. Youtube
5. Nettby
6. Andre
7. Flere av de over

Årsak og konsekvens

Årsak og konsekvens-delen har variabler som registrerer hvilke motivasjonsfaktorer mobberen har og hvilke konsekvenser mobbingen hadde på offeret. Her skal det også registreres om offeret kontaktet noen da mobbingen startet.

Denne variabelen skal registrere om det kommer fram i artikkelen om mobberen viste tegn på å bli mobbet – altså, nevner for eksempel journalisten noe i teksten om at offeret kom hjem med ødelagte eiendeler.

21. Viste offeret eventuelt noen kjennetegn på å bli mobbet?

1. Ja – Ødelagte eiendeler, sår på kroppen, “ulogiske” ruter til skolen etc.
2. Ingen

Hvilke konsekvenser fikk mobbingen skal registrere om mobbingen påvirket offeret på noen måte. Dette må komme tydelig fram i artikkelen. Kategori 6 brukes foreksempel når det i artikkelen skrives at mobbingen fikk konsekvenser, men hvor det ikke utdypes mer om hvilke.

22. Hvilke konsekvenser fikk mobbingen?

1. Psykiske problemer - engstelig, deprimert, frykt og angst, lav selvtillit
2. Dårlig prestasjon på skolen
3. Selvmordstanker/selv mord
4. “Brydde meg ikke”
5. Lei seg / såret
6. Får konsekvenser
7. Annet

Kommer det tydelig fram i artikkelen hvilke motivasjonsfaktor mobbereren hadde for å mobbe?

23. Motivasjonsfaktor for mobbingen

1. "fordi de fortjener det"
2. "for gøy"
3. "jeg hater dem/de/ham/henne"
4. "fordi andre gjør det"
5. "fordi de plager meg"
6. få ut aggresjon
7. Annet

I teorikapittelet presenterer jeg hvilke typer mobbere som finnes. Dette er en variabel som registreres hvis det kommer tydelig fram i artikkelen. Jeg har lagt til en beskrivelse av de ulike typene bak hver kategori i variabelen under.

24. Hvilken type var/er mobbereren

1. The vengeful angle – en person som skal gjøre det godt igjen, med å slå tilbake på plagerne
2. The power-hungry – ønsker å vise hvem som er sjefen gjennom makt, styrke og frykt
3. The mean girls – ungdom som enkelt og greit mobber fordi de kjeder seg
4. The "inadvertent" cyber bully ("fordi jeg kan") – som responderer til negativ kommunikasjon uten å tenke på konsekvensene av handlingene sine

25. Kontaktet offeret noen, eller hjalp noen til / ga trøst

1. Foreldre
2. Venner
3. Politi
4. Skole
5. Andre
6. Flere av de over

Mobbedata

Mobbedata-variablene skal registrere hvilke data artikkelen presenterer om digital mobbing. Dette kan være tall som beskriver hvor ofte noen blir mobbet og prosentandel som blir mobbet fordelt på kjønn.

Dette er en av de viktigste variablene i denne delen og spør etter om det kommer fram i artikkelen antall personer som opplever å bli mobbet fordelt i prosent.

26. Prosentandel som blir mobbet digitalt -antall

Det kan være tilfeller der journalisten ikke viser til tall, men sier at den digitale mobbingen øker eller synker. Hvis det er tilfellet skal variabelen under registrere dette.

27. DM går Opp eller ned

1. Ned/Synker
2. Opp/Øker

Det er også viktig å registrere hvor tallene er hentet fra – altså hvor fikk journalisten mobbeprosentene fra.

28. Hvor er tallene hentet fra? (Hoved)

1. Norstat
2. Medietilsynet - Trygg bruk
3. SSB
4. Redd Barna
5. EU Kids
6. TNS Gallup
7. andre
8. SAF (Senter for atferdsforskning)
9. Telenor

28a Hvor er tallene hentet fra? (Tillegg)

- Samme alternativer som over.

Misoppfatninger

Misoppfatninger-variablene skal registrerte om artikkelen bekreftet eller avkreftet de ulike misoppfatningene rundt digital mobbing.

Variabelen under spør etter om det kommer fram i artikkelen langsiktige spådommer om hvilken retning digital mobbing kommer til å ta.

29. Kommer det fram noen langsiktige spådommer om digital mobbing?

1. Den vil *øke*
2. Den vil forbli *stabil*
3. Den vil *synke*

Jeg har i teorien presentert noen misoppfatninger om digital mobbing. Blir noen av disse brukt av journalisten?

30. Blir noen av misoppfatningene brukt i artikkelen?

1. Jenter mobber mest på nett/utsatt
2. vanlig med digital mobbing
3. Stor vekst i digital mobbing
4. Annet

Blir noen av misoppfatningene, presentert i teorien, avkreftet av journalisten?

31. Blir noen av misoppfatningene bortforklart?

1. Jenter mobber ikke mest på nett – lik fordeling mellom kjønn
2. Ikke vanlig med digital mobbing – “tradisjonell” vanligst
3. Ingen stor vekst i digital mobbing
4. Annet

Annet

Annet-variablene skal registrere om det i artikkelen beskrives en kriminell handling, om teksten nevner noe om forebyggende arbeid og om det ble henvist til andre artikler om digital mobbing.

Variabelen *Har det forekommet en kriminell handling?* skulle registrere om saken/hendelsen som journalisten beskriver ble anmeldt

32. Har det forekommet en kriminell handling eventuelt anmeldelse, eller foreslås det anmeldelse?

1. Ja/Nei

Det er viktig å kartlegge om journalisten sier noe om forebyggende arbeid i artikkelen, det vil si, fortelles det noe om hvordan man kan forebygge digital mobbing?

33. Står det noe om forebyggende arbeid / tiltak i form av linker/infobokser?

1. I teksten
2. Faktaboks
3. Lenker
4. I tekst og faktaboks
5. Annet

Henvises det til andre artikler skal registrere om det i artikkelen lenkes (nattaviser) eller at siden har flere artikler (papiravis) om digital mobbing.

38a. Henvises det til andre artikler om digital mobbing?

Ja/nei

Variabelen under skal registre om det i artikkelen kommer fram hva som kan gjøres hvis noen er blitt mobbet. Slike tiltak kan foreksempel være å ta kontakt med politiet, snakke med skolen, oppsøke mobberen og så videre.

34. Står det noe om hva som kan gjøres hvis mobbingen først inntreffer?

Ja/nei

DEL 3 – KILDEBRUK

Kildene spiller en viktig rolle for hvordan informasjonen om digital mobbing blir utformet av journalisten. Denne delen skal registrere hvilke kildevalg journalisten foretar. Her er det også variabler som registrerer om journalisten bruker faktabokser og om det blir referert til forskning. Det skal også registreres hvem som får komme til orde i artiklene, hvor disse blant annet er; fagfolk, skole, “vanlige folk”, organisasjoner, politi, statlige organer, næringsliv og politikere.

Variabelen *antall kilder* skl registrere hvor mange kilder journalisten benytter seg av. Journalisten betraktes IKKE som én kilde.

35. Antall kilder - Antall
36. Er det faktaboks i artikkelen om DM Ja/nei
37. Referanse til forskning[dokumenter]/undersøkelser Ja/nei

De ulike kildene

De ulike kildene ble delt inn i følgende kategorier *eksperter/fagfolk, organisasjoner, myndigheter/statlige organer* og *næringsliv/politikere/enkeltpersoner i toppskiktet, skole, “vanlige” folk og politi/rettsvesen*. Variabelen som spør etter får “vanlige” folk uttale seg skal se etter om det er foreksempel offeret eller skoleelever som får uttale seg.

38. Får pedagoger/psykologer (ungdomsarbeidere/eksperter/fagfolk) uttale seg? Ja/nei
39. Får skole uttale seg? Ja/nei
40. Får “vanlige folk” uttale seg Ja/nei
41. Får organisasjoner uttale seg? Ja/nei
42. Får politiet/rettsvesenet uttale seg? Ja/nei
43. Får myndighetene/statlig organ uttale seg? Ja/nei
44. Får ledere/næringsliv/politikere/forvaltning uttale seg? Ja/nei

DEL 4 – ORGANISASJONER

En sentral del av problemstillingen min er hvilken rolle organisasjoner og statlige organer spiller i det bildet nyhetsmediene tegner av digital mobbing.

Hvis det kommer tydelig fram i artikkelen skal det registreres hvilken organisasjon som nevnes i artikkelteksten.

45. Henvises det til en organisasjon (Hoved)

1. Redd barna
2. Barnevakten - foreldreorganisasjon
3. Foreldreportalen
4. Barneombudet
5. Røde kors
6. Andre
7. Nei

46. Henvises det til en organisasjon (Tillegg)

- Samme alternativer som over.

Variabelen under skal registrere de mest omtalte kampanjene, prosjektene og senterne som jobbet mot digital mobbing.

47. Nevnes kampanjer/programmer/prosjekter/senter?

1. Bruk hue turné
2. Du bestemmer
3. Olweus/Zero
4. Trygg bruk-senteret
5. Andre

Variabelen under skal registrere de mest omtalte kampanjene, prosjektene og senterne som jobbet mot digital mobbing.

48. Nevnes private instanser / aktører?

1. Telenor
2. Andre
3. Microsoft

Hvis det kommer tydelig fram i artikkelen skal det registreres hvilke statlige organer som nevnes i artikkelteksten. Jeg har i tillegg tatt med kategorien *Regjering/Parti/Staten* i tilfelle andre organer får uttale seg, eller om det er representanter fra et parti som har ting å si om digital mobbing.

49. Henvises det til myndighetene/statlig organ? (Hoved)

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| 1. Medietilsynet | 2. Datatilsynet |
| 3. Konfliktrådet | 4. Regjering/Parti/Staten |
| 5. Kripos/politi | 6. Barneombudet |
| 7. Andre - hvilke (SAF)? | 8. Teknologirådet |

50. Henvises det til myndighetene/statlig organ? (Tillegg)

- Samme alternativer som over.

DEL 5 – TILLEGG

51. Artikkel overskrift

52. Kommentarer

VARIABLER SOM IKKE KOM MED I ANALYSEN

Jeg hadde flere variabler som kunne tolkes på forskjellige måter og jeg viser til to eksempler, henholdsvis variabelen *Hva var hensikten bak artikkelen* og *Holdningsladningen til artikkelen*. Begge variablene valgte jeg på et senere tidspunkt å ikke ha med i analysen fordi jeg for det første, ikke hadde en god beskrivelse på hvordan man skulle forstå variablene og for det andre, bygget variablene på hva “magefølelsen” sa.

Hva er hensikten bak artikkelen

1. Opplyse
2. Underholde
3. Advare

Holdningsladning i artikkelen
(offerets synsvinkel)

1. Positiv
2. Negativ
3. Nøytral

VEDLEGG II – ARTIKLER FJERNET

Hensikten med dette vedlegget er gi et oversikt over hvilke artikler som ble fjernet, de som jeg i teksten refererer til som duplikate artikler. Jeg søkte etter artikler ved å bruke ett søkeord om gangen. Det vil si at jeg startet med søkeordet *digital mobbing* og deretter *nettmobbing* osv. På denne måten endte jeg opp med flere like artikler. Jeg fant 8 artikler med søkeordet *nettmobbing* som også hadde søkeordet *digital mobbing*. Dette resulterte også i 7 artikler med søkeordet *mobilmobbing*, 6 artikler med søkeordet *mobbing på nett* og 4 artikler med søkeordet *skjult mobbing*. Til sammen utgjorde dette 25 artikler. Tabell 30 viser en oversikt over duplikat-artiklene som ble fjernet fra artikkeluniverset, fordelt på søkeord, der disse artiklene også inneholdt søkeordet *digital mobbing*.

Tabell 30 Oversikt over duplikate artikler som ble fjernet fra artikkeluniverset, fordelt på søkeord

Søkeord: Nettmobbing			
Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
VG Nett	05.10.10	D. Harbo	Nettmobbeoffer: - Jeg blir såret når...
VG Nett	28.09.10	O. B. Stokke	38.000 barn opplever nettmobbing
VG Nett	05.11.09	NTB	Hvert femte barn mobbes på nettet
VG Nett	10.02.09	Ingunn Andersen	Vil sende læreren på MSN-kurs
Aften Nett	03.08.10	NTB	Flere varsler om nettmobbing
Aften Nett	05.11.09	NTB	Hvert femte barn mobbes på nettet
Aftenposten	03.08.10	NTB	Flere varsler om nettmobbing
Aftenposten	04.02.08	R. Samuelsen	Mobil- og nettmobbing øker mest

Søkeord: Mobilmobbing			
Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aftenposten	26.04.10	Solveig H. Dahl	Mobbing går ikke over
Aftenposten	30.04.09	NTB	Kraftig økning i mobbing på skolene
Aften Nett	26.04.10	Solveig H. Dahl	Mobbing går ikke over
Aften Nett	30.04.09	NTB	Kraftig økning i mobbing på skolene
VG Nett	30.04.09	F. Ertesvåg, J. Bones	Kraftig økning i mobbing
VG Nett	04.12.08	-	Lover 14 millioner til kampen...
VG	30.04.09	F. Ertesvåg, J. Bones	Kraftig økning i MOBBING

Søkeord: Mobbing på nett			
Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aften Nett	23.10.10	Espen Brynsrud	Telenor skal lære EU å bruke hue
Aftenposten	27.05.10	Kari Laumann	Er du en mobber?
VG Nett	07.08.10	Sol G. Larsen	Marie (20) drapstruet på egen blogg
VG Nett	27.05.10	Francis Lundh	Ungjenter ringes av fremmede...
VG Nett	10.02.09	Ingunn Andersen	Vil sende læreren på MSN-kurs
Dagbladet	27.05.10	Tora L. Morset	-Tenk dere om mobbing

Søkeord: Skjult mobbing			
Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aften Nett	23.10.10	Espen Brynsrud	Telenor skal lære EU å bruke hue
Aften Nett	25.11.08	Klaus Børringbo	Storstilt kampanje mot elektronisk..

DB Nett	29.11.08	S.Sviggum, T. Skaug	Jeg er ikke tøff nok til å si unnskyld
Dagbladet	29.11.08	Silje K. Sviggum	«Mia» baksnakket, truet og isolerte..

Ikke relevante artikler

Det var ni artikler som jeg mente ikke var relevante for oppgaven. Disse artiklene hadde ingenting med digital mobbing å gjøre, men omhandlet mer den “tradisjonelle” mobbingen.

Tabell 31 Oversikt over artikler som ikke har noe med digital mobbing å gjøre, disse ble fjernet fra artikkeluniverset

Ikke-relevante artikler			
Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aftenposten	05.11.09	Lille meg (13)	Skulle vært gutt
Aftenposten	08.12.08	Jacob Joneberg	Ikke bare blant kvinner
Aftenposten	21.09.08	Forsidereklame	I MORGEN: En ny metode...
Aftenposten	22.09.08	N. Nesheim	Et blikk kan være nok
Aftenposten	03.09.09	Ikke gitt	VALG 09 på 5 min
Aftenposten	09.06.10	Forside	Mobberne blir yngre
Aften Nett	04.02.10	T. Nordahl, P. Skarheim	Ingen smal skolesak
Dagbladet	13.04.09	Vigdis Alver	Avslører ikke jentemobbing
VG Nett	03.02.10	Mette-Line Gynnild	Ny studie viser hvorfor barn blir..

VEDLEGG III – TABELLER

%N = prosentandel i forhold til hele artikkeluniverset på 110 artikler.

- Tabell 32** Fordelingen av antall artikler pr avis og prosentfordeling blant VG, DB og Aftenposten
- Tabell 33** Antall artikler som omhandler en enkelt sak eller flere saker
- Tabell 34** Antall artikler rettet mot en bestemt målgruppe
- Tabell 35** Hvem er artikkelens hovedstemme, fordelt på antall artikler
- Tabell 36** Hvem er fokuset for artikkelen, fordelt på antall artikler
- Tabell 37** Antall artikler som refererer eller nevner et sosialt nettsted der mobbingen pågikk
- Tabell 38** Antall artikler som presenterer om offeret viste tegn på å bli mobbet
- Tabell 39** Antall artikler som presenterer noe rundt motivasjonsfaktorene for digital mobbing
- Tabell 40** Antall artikler som presenterer mobbetype
- Tabell 41** Hvor pågår mobbingen, fordelt på antall artikler
- Tabell 42** Var det noen som stod offeret nært som mobbet? Fordelt på antall artikler
- Tabell 43** Antall artikler som viser til prosentandel individer som blir mobbet i prosentandel
- Tabell 44** Øker eller synker digital mobbing?
- Tabell 45** Antall artikler som sier noe om digital mobbing øker eller synker og om det presenteres misoppfatninger i samme artikkel
- Tabell 46** Antall artikler som skriver om digital mobbing går ned eller opp fordelt på dato og år
- Tabell 47** Hvor er mobbedataen i artikkelen hentet fra?
- Tabell 48** Antall artikler der hendelsen er blitt politianmeldt
- Tabell 49** Tiltak ved mobbing
- Tabell 50** Henvises det til andre artikler
- Tabell 51** Hvilke aviser henviser til andre artikler
- Tabell 52** Oversikt over antall artikler der saken ble politianmeldt og som presenterte en mobbeform
- Tabell 53** Kontaktet offeret noen pga mobbingen?
- Tabell 54** Oversikt over antall artikler der saken ble politianmeldt og som samtidig presenterte forebyggende arbeid
- Tabell 55** Oversikt over antall artikler der saken ble politianmeldt og som samtidig presenterte tiltak mot mobbing
- Tabell 56** Kommer alle kildene til orde?
- Tabell 57** Er det faktaboks i artikkelen
- Tabell 58** Refereres det til forskning i artikkelen
- Tabell 59** Antall artikler der en statlig organ kommer til orde, men der også artikkelteksten nevner kampanjer, programmer og sentere
- Tabell 60** Antall artikler der en organisasjon kommer til orde, men der også artikkelteksten nevner kampanjer, programmer og sentere
- Tabell 61** Antall artikler med private aktører, samt antall artikler pr avis
- Tabell 62** Antall artikler der en organisasjon kommer til orde og artikkelen nevner mobbeform
- Tabell 63** Antall artikler der en statlig organ kommer til orde og artikkelen nevner mobbeform
- Tabell 64** Antall artikler der en statlig organ kommer til orde og artikkelen nevner en mobbe karakteristikk
- Tabell 65** Antall artikler der en organisasjon kommer til orde og artikkelen nevner en mobbe karakteristikk

Tabell 32 Fordelingen av antall artikler pr avis og prosentfordeling blant VG, DB og Aftenposten

	Antall artikler	%N	Samlet pr avishus (%)
VG	16	14 %	34 %
VG Nett	21	19 %	-
DB	11	10 %	21 %
DB Nett	12	11 %	-
Aftenposten	27	25 %	45 %
Aften Nett	23	21 %	-
Totalt	110	100 %	100 %

Tabell 33 Antall artikler som omhandler en enkelt sak eller flere saker

	Ant. art.	%N
Enkelt sak	64	58 %
Flere saker	9	8 %
Totalt	73	66 %

Tabell 34 Antall artikler rettet mot en bestemt målgruppe

	Ant. art.	%N
Barn & Ungdom	17	15 %
Foreldre	41	37 %
Skole	14	13 %
Barn Ungdom og Foreldre	38	34 %
Totalt	110	100 %

Tabell 35 Hvem er artikkelens hovedstemme, fordelt på antall artikler

	Ant. art.	%N
Organisasjon	10	9 %
Journalist	17	15 %
Foreldre	4	4 %
Barn/Ungdom	10	9 %
Skole	13	12 %
Politi	3	3 %
Offer	10	9 %
Mobber	1	1 %
Fagfolk	11	10 %
Andre	2	2 %
Flere	20	18 %
Stat	8	7 %
Totalt	109	99 %
Vet ikke	1	1 %
Totalt	110	100.0

Tabell 36 Hvem er fokuset for artikkelen, fordelt på antall artikler

	Ant. art.	%N
Mobber	3	3 %
Offer	25	23 %
Institusjon/Skole	4	4 %
Mobber & Offer	12	11 %
DM generelt	51	46 %
Annet	10	9 %
Trad. Mobbing	3	3 %
Nettvaner	2	2 %
Totalt N	110	100 %

Tabell 37 Antall artikler som refererer eller nevner et sosialt nettsted der mobbingen pågikk

	Ant. art.	%N
Facebook	14	13 %
MySpace	1	1 %
Youtube	1	1 %
Nettby	5	4 %
Andre	2	2 %
Flere av de over	10	9 %
Totalt	33	30 %

Tabell 38 Antall artikler som presenterer om offeret viste tegn på å bli mobbet

	Ant. art.	%N
Ja	10	9 %
Ingen tegn gitt	100	91 %
Totalt	110	100 %

Tabell 39 Antall artikler som presenterer noe rundt motivasjonsfaktorene for digital mobbing

	Ant. art.	%N
“for gøy”	7	6 %
“jeg hater dem”	4	4 %
Få ut aggresjon	1	1 %
Annet	2	2 %
Totalt	14	13 %

Tabell 40 Antall artikler som presenterer mobbetype

	Ant. art.	%N
Vengeful angle	1	1 %
Power-hungry	7	6 %
Mean girls	2	2 %
Inadvertent cyber bully	1	1 %
Totalt	11	10 %

Tabell 41 Hvor pågår mobbingen, fordelt på antall artikler

	Ant. art.	%N
Hjemme	7	6 %
Skolen	23	21 %
Hjemme og skole	11	10 %
Arbeidsplassen	1	1 %
Totalt	42	38 %

Tabell 42 Var det noen som stod offeret nært som mobbet? Fordelt på antall artikler

	Ant. art.	%N
Medelever	24	22 %
Venner	2	2 %
Totalt	26	24 %

Tabell 43 Antall artikler som viser til prosentandel individer som blir mobbet i prosentandel

Prosent	Ant. art.	%N
3	1	1 %
5	1	1 %
8	2	2 %
10	6	5 %
15	8	7 %
16	1	1 %
17	1	1 %
20	3	3 %
22	1	1 %
33	2	2 %
50	3	3 %
66	1	1 %
67	1	1 %
70	2	2 %
Totalt	33	30 %

Gjennomsnitt: 24%

Median: 15%

Modus: 15%

Tabell 44 Øker eller synker digital mobbing?

	Antall	%N
Ned/Synker	5	4 %
Opp/Øker	31	28 %
Totalt	36	33 %

Tabell 45 Antall artikler som sier noe om digital mobbing øker eller synker og om det presenteres misoppfatninger i samme artikkel

<i>Misoppfatninger</i>					
	Mobbing som en ting som kan kontrolleres	Jenter mobber mest på nett	Mest digital mobbing	Stor vekst i digital mobbing	Tot.
Ned/Synker	0	2	0	0	2
Opp/Øker	1	0	1	11	13
Totalt	1	2	1	11	15

Tabell 46 Antall artikler som skriver om digital mobbing går ned eller opp fordelt på dato og år

	Ned/Synker	Opp/Øker	Total
08.1.08	0	1	1
04.2.08	0	2	2
12.2.08	0	1	1
22.3.08	0	1	1
25.11.08	0	2	2
26.11.08	0	1	1
03.12.08	0	5	5
04.12.08	0	2	2
09.12.08	0	1	1
Samlet 2008	0	16	16
10.2.09	0	2	2
27.3.09	1	2	3
30.4.09	0	2	2
06.10.09	1	0	1
07.10.09	0	1	1
05.11.09	0	2	2
Samlet 2009	2	9	11
03.2.10	0	1	1
26.4.10	0	2	2

27.5.10	1	1	2
03.8.10	0	1	1
07.8.10	0	1	1
28.9.10	1	0	1
23.10.10	1	0	1
Samlet 2010	3	6	9
Totalt	5	31	36

Tabell 47 Hvor er mobbedataen i artikkelen hentet fra?

	Antall	%N
Norstat	3	3 %
Medietilsynet	11	10 %
TNS Gallup	2	2 %
Andre	23	21 %
SAF	9	8 %
Telenor	2	2 %
Total	50	45 %

Tabell 48 Antall artikler der hendelsen er blitt politianmeldt

	Ant. art.	%N
Politianmeldelse	29	26 %
Ikke oppgitt	81	74 %
Totalt N	110	100 %

Tabell 49 Tiltak ved mobbing

	Ant. art.	%N
Ja	20	18 %
Nei	90	82 %
Totalt N	110	100 %

Tabell 50 Henvises det til andre artikler

	Ant. art.	%N
Ja	44	40 %
Nei	66	60 %
Totalt N	110	100 %

Tabell 51 Hvilke aviser henviser til andre artikler

	Ja	Nei	Total
VG	5	11	16
VG Nett	12	9	21
DB	7	4	11
DB Nett	2	10	12
Aftenposten	5	16	21
Aften Nett	11	12	23
Aften Aften	2	4	6
Totalt	44	66	110

Tabell 52 Oversikt over antall artikler der saken ble politianmeldt og som presenterte en mobbeform

	<i>DIGITAL MOBBEFORM</i>				Totalt
	Traka- ssering	ID tyv	Seks. trak.	Ærekr.	
Ant.art.	9	1	8	9	27
%N	8 %	1 %	7 %	8 %	24 %

Tabell 53 Kontaktet offeret noen pga mobbingen?

	Ant. art.	%N	%
Foreldre	6	5.5	27 %
Venner	1	.9	4 %
Politi	9	8.2	41 %
Skole	4	3.6	18 %
Flere av de over	2	1.8	9 %
Totalt	22	20.0	100 %

Tabell 54 Oversikt over antall artikler der saken ble politianmeldt og som samtidig presenterte forebyggende arbeid

	<i>FOREBYGGENDE ARBEID</i>			Totalt
	I tekst	Fakta- boks	Tekst & faktab.	
Ant.art.	7	3	3	13
%N	6 %	3 %	3 %	12 %

Tabell 55 Oversikt over antall artikler der saken ble politianmeldt og som samtidig presenterte tiltak mot mobbing

	<i>TILTAK</i>	
	Ja	Nei
Ant.art.	9	20
%N	8 %	18 %

Tabell 56 Kommer alle kildene til orde?

	Antall	%N
Ja	44	40.0
Nei	66	60.0
Totalt	110	100.0

Tabell 57 Er det faktaboks i artikkelen

	Antall	Percent
Ja	29	26.4
Nei	81	73.6
Totalt	110	100.0

Tabell 58 Refereres det til forskning i artikkelen

	Antall	%N
Ja	50	45.5
Nei	60	54.5
Totalt	110	100.0

Tabell 59 Antall artikler der en statlig organ kommer til orde, men der også artikkelteksten nevner kampanjer, programmer og sentere

	<i>Kampanjer programmer prosjekter senter?</i>						Tot.
	Bruk hue	Du bestemmer	Olweu s/zero	Trygg bruk	Andre	Flere	
Medietilsynet	4	1	0	11	1	0	17
Datatilsynet	0	1	0	1	0	0	2
Konfliktrådet	1	3	1	0	0	0	5
Barneombudet	1	0	0	0	0	0	1
Andre	2	1	0	0	0	1	4
Teknologirådet	0	3	0	0	0	0	3
Totalt	8	9	1	12	1	1	32

Tabell 60 Antall artikler der en organisasjon kommer til orde, men der også artikkelteksten nevner kampanjer, programmer og sentere

	<i>Kampanjer, programmer og sentere</i>						Tot.
	Bruk hue	Du bestemmer	Olweus/zero	Trygg bruk	Andre	Flere	
Redd Barna	0	0	0	1	0	0	1
Barnevakten	0	0	1	3	0	0	4
Røde Kors	3	0	0	1	0	0	4

Tabell 61 Antall artikler med private aktører, samt antall artikler pr avis

	Ant. art.	%N	VG	DB	Aften
Telenor	10	9 %	1	0	9
Microsoft	3	3 %	3	0	0
Totalt	13	12 %	4	0	9

Tabell 62 Antall artikler der en organisasjon kommer til orde og artikkelen nevner mobbeform

	Mobbeform						Tot.
	Trakassering, sjikanering	ID tyveri	Outing	Happy slapping	Seksuell traka.	Ærekrenk e/vanære	
Redd Barna	0	0	0	0	1	0	1
Barnevakten	3	0	0	0	0	5	8
Røde Kors	0	0	1	0	2	2	5
Andre	0	1	0	0	0	1	2
Totalt	3	1	1	0	3	8	16

Tabell 63 Antall artikler der en statlig organ kommer til orde og artikkelen nevner mobbeform

	Mobbeform						Tot
	Trakassering, sjikanering	ID tyveri	Outing	Happy slapping	Seksuell traka.	Ærekrenk e/vanære	
Medietilsynet	3	0	1	1	4	6	15
Datatisynet	0	0	0	0	0	1	1
Konfliktrådet	6	2	0	0	0	1	9
Regjernig/stat	0	0	0	0	1	0	1
Kripos politi	0	0	0	0	5	3	8
Barneombudet	1	0	0	0	0	0	1
Andre	1	0	0	0	0	1	2
Teknologirådet	1	0	0	0	0	0	1
Totalt	12	2	1	1	10	12	38

Tabell 64 Antall artikler der en statlig organ kommer til orde og artikkelen nevner en mobbe karakteristikk

	Karakteristikk						Tot.
	Ingen til stede	Anonym itet	Nå et stort publikum	Piling on	Taknologi og kontakt	Anne t	
Medietilsynet	0	2	2	1	3	2	10
Datatisynet	0	0	0	0	1	0	1
Konfliktrådet	1	3	0	0	6	0	10
Kripos politi	0	2	2	0	0	0	4
Barneombudet	0	1	0	0	0	0	1
Andre	0	0	1	0	6	1	8
Teknologirådet	0	0	1	0	0	0	1
Totalt	1	8	6	1	16	3	35

Tabell 65 Antall artikler der en organisasjon kommer til orde og artikkelen nevner en mobbe karakteristikk

	<i>Karakteristikk</i>						Tot.
	Ingen til stede	Anonymitet	Nå et stort publikum	Piling on	Taknologi og kontakt	Annet	
Redd Barna	0	1	0	0	0	0	1
Barneverken	0	3	0	0	1	1	5
Røde Kors	0	0	0	0	3	1	4
Andre	0	1	0	0	0	0	1
Totalt	0	5	0	0	4	2	11

VEDLEGG IV – ARTIKKELUNIVERSET

Oversikt over alle artiklene som utgjorde oppgavens artikkelunivers. Avisnavn markert med stjerne (*) har en duplikatartikkel som er fjernet, se vedlegg II for duplikatartikkeloversikt.

DAGBLADET

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
DB Nett	27.05.10	Badi, Diana	Hver sjettede ungdom mellom 13-16...
DB Nett	06.10.09	Herseeth, S & Johansen, A.	Lærere er spesielt utsatt...
DB Nett	06.10.09	Herseeth, Siril K.	Forstår ikke hvorfor læreren...
DB Nett	06.10.09	Herseeth, Siril K.	Elever laget hatside mot lærer..
DB Nett	27.03.09	NTB	17-åring la ut navn og terningkast..
DB Nett	18.03.09	Krokfjord, Torgeir	Jente tok sitt eget liv etter mobilbilde
DB Nett	05.03.09	Badi, D. & Kristiansen, A.	Elev hengt ut som hallik på YouTube
DB Nett	10.02.09	Flydal, Eiliv F.	11-åring med selvmordstanker...
DB Nett	23.12.08	Krokfjord, Torgeir	- De ville se hvor langt de kunne gå
DB Nett	03.12.08	NTB	Dramatisk økning i mobbing på skoler
DB Nett*	29.11.08	Sviggum, Silje K.	Jeg er ikke tøff nok til å si unnskyld
DB Nett	26.06.08	Badi, Diana	Hjelp, pappa er 53 år og chatter...

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
DB	27.05.10	Badi, Dlana	Flere mobber digitalt
DB	27.05.10	Badi, Dlana	Fakta: Digital mobbing
DB*	27.05.10	Morset, Tora L.	-Tenk dere om
DB	07.10.09	Herseth, Siril K.	Elever laget hatside mot lærer
DB	25.04.09	navn ikke oppgitt	Negative pip
DB	22.03.09	Holtermann, S. & Brustad, L.	FAKTA: Råd mot digital mobbing
DB	26.12.08	Alver, Vigdis	- Jeg ble syk av mobbing
DB	21.01.08	Lauritzen, Ellen S.	Spiller på nye strenger
DB	08.01.08	Fretland, Ragnhild A.	Eksplasjon av nett- og mobilmobbing
DB	08.01.08	navn ikke oppgitt	- ikke finn deg i alt
DB*	29.11.08	Sviggum, Silje K.	"Mia" baksnakket, truet og isolerte...

VG

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
VG Nett*	05.10.10	Harbo, Daniel P.	Nettmobbeoffer: -Jeg blir såret...
VG Nett	04.10.10	NTB	Mener digital mobbing er overdrevet
VG Nett*	28.09.10	Stokke, Ole P.	38.000 barn opplever nettmobbing
VG Nett*	07.08.10	Larsen, Sol G.	Marie (20) drapstruet på egen blogg
VG Nett*	27.05.10	Lundh, Francis	Ungjenter ringes opp av fremmede...
VG Nett	03.02.10	Gynnild, Mette-Line	Ny studie viser hvorfor barn blir...

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
VG Nett*	05.11.09	NTB	-Hvert femte barn mobbes på nettet
VG Nett	03.09.09	NTB	Stor kampanje mot digital mobbing
VG Nett	23.07.09	Hammerstad, K.	Avslørte internasjonal pedofililiga
VG Nett*	30.04.09	Bones, J. & Ertesvåg, F.	Kraftig økning i mobbing
VG Nett	27.03.09	NTB	17-åring la ut sexliste på nettet
VG Nett	12.02.09	Stokke, Ole P.	87 timer nettporno i året
VG Nett*	10.02.09	Andersen, Ingunn	Vil sende lærere på MSN-kurs
VG Nett	20.02.09	Fragell, Geir	Norge verst på nettmobbing
VG Nett	10.02.09	Knutsen, Anders S.	Henger elever ut med sex-sladder
VG Nett	09.12.08	navn ikke oppgitt	-Mobbing på nett øker blant unge
VG Nett*	04.12.08	navn ikke oppgitt	Lover 14 millioner til kampen mot...
VG Nett	04.12.08	navn ikke oppgitt	Refser Jens etter mobbeboom
VG Nett	03.12.08	NTB	Dramatik økning i mobbing på skoler
VG Nett	26.11.08	Lyngvær, Jørgen	Mobbefilter til mobilen
VG Nett	12.02.08	Fragell, Geir	-Spill er mest gøy

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
VG	30.05.10	navn ikke oppgitt	Ekspertpanelet
VG	08.02.10	Hansson, Hans C.	Til kamp mot dusjfoto
VG	23.07.09	Hammerstad, K.	Avslørte internasjonal pedofililiga
VG*	30.04.09	Ertesvåg, F. & Bones, J.	Kraftig økning i mobbing

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
VG	24.03.09	Nordby, Kristin J.	Selv mord etter sexbilde-mobbing på nettet
VG	24.03.09	Nordby, Kristin J.	En 16 år gammel jente fra Nordland ble....
VG	24.03.09	Nordby, Kristin J.	
VG	10.02.09	Knutsen, Anders S.	Henger elever ut med sex-sladder
VG	10.02.09	Fragell, Geir	-Vi er ikke sjokka
VG	10.02.09	Jacobsen, Frithjof	Råtasterne
VG	10.02.09	Fragell, Geir	Norge verst
VG	12.02.08	Fragell, Geir	-Spill er mest gøy
VG	23.01.08	navn ikke oppgitt	Advarer mot nettpanikk
VG	22.03.08	Ridar, Therese R.	Fanget av nettet
VG	22.03.08	Ridar, Therese R.	La ut nakenbilder som hevn...
VG	22.03.08	Ridar, Therese R.	Venter til jul

AFTENPOSTEN

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aften Nett*	23.10.10	Brynsrud, Espen	Telenor skal lære EU å pruke hue
Aften Nett	10.09.10	Mia og Emilie	Stopp nettmobbing!
Aften Nett*	03.08.10	NTB	Flere varsler om nettmobbing
Aften Nett*	26.04.10	Dahl, Solveig H.	Mobbing går ikke over
Aften Nett	03.03.10	Hagen, Kvamme	Stadig yngre på nett
Aften Nett	09.02.10	Sahl, Ingvild	Ville du likt å få en slik melding?
Aften Nett	03.02.10	Engh, Christine	Hold deg unna ham, ellers dreper vi deg

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aften Nett	03.02.10	Engh, Christine	Politirådgiver: Kan ende med vold
Aften Nett	03.02.10	Engh, Christine	Digital mobbing øker kraftig
Aften Nett	11.01.10	Blogger 16	Ødelagt hverdag
Aften Nett*	05.11.09	NTB	Hvert femte barn mobbes på nettet
Aften Nett*	30.04.09	NTB	Kratig økning i mobbing på skolene
Aften Nett	27.04.09	Thorgrimsen, Tone	Grensen for privatlivet går ved å ...
Aften Nett	27.03.09	NTB	17-åring bøtelagt for å ha lagt ut sex...
Aften Nett	03.12.08	Bjørnå, Tove M.	10.500 flere blir mobbet i skolen
Aften Nett	03.12.08	NTB	Dramatisk økning i mobbing på skoler
Aften Nett*	25.11.08	Børringbo, Klaus	Storstilt kampanje mot elektronisk...
Aften Nett	25.11.08	Børringbo, Klaus	Foreldre mangler digital kontroll
Aften Nett	25.11.08	Børringbo, Klaus	Mobilfilter mot mobbing
Aften Nett	22.09.08	navn ikke oppgitt	Vanskelig å oppdage
Aften Nett	03.04.08	Grøntoft, Kristin	Ungdomsskoleelever i Førde tør ikke...
Aften Nett	04.02.08	Samuelsen, R. J.	Politiet la vekk saken
Aften Nett	04.02.08	Samuelsen, R. J.	Mener straffbar mobbing går fri

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aftenposten	03.12.10	Knudsen, Mina	Medier, mote og møkk
Aftenposten	30.11.10	Lei gutt (13)	Digital mobbing

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aftenposten	11.09.10	Mia (15) & Emilie (16)	Stopp nettmobbing
Aftenposten	08.09.10	Skakk (15)	Feig nettmobbing
Aftenposten*	03.08.10	NTB	Flere varsler om nettmobbing
Aftenposten	03.08.10	Telenor	Reklame fra Telenor
Aften Aften	09.06.10	Værvågen, Tone	Jeg ble dyttet slått, spyttet på og...
Aftenposten*	27.05.10	Laumann, Kari	Er du en mobber?
Aftenposten*	26.04.10	Dahl, Solveig H.	Mobbing går ikke over
Aftenposten	04.03.10	Hagen, Maren K.	Stadig yngre på nett
Aften Aften	17.02.10	Engh, Christine	-Du blir ikke sett, ikke hørt
Aften Aften	09.02.10	Sahl, Ingvild	Ville du likt å få en slik melding?
Aften Aften	03.02.10	Engh, Christine	Hold deg unne ham, ellers dreper vi...
Aftenposten	18.01.10	Borgenjente (13)	Farlig nettmobbing
Aftenposten	11.01.10	Tidligere blogger (16)	Ødelagt hverdag
Aftenposten	22.11.09	Borlaug, T.	Nye medier, nye dilemmaer
Aftenposten	05.11.09	NTB	- Hvert femte barn mobbes på nettet
Aftenposten*	30.04.09	NTB	Kraftig økning i mobbing på skolene
Aftenposten	28.04.09	Thorgrimsen, Tone	Grensen for privatlivet går ved å lese...
Aftenposten	10.02.09	Hepsø, Thomas	I dag er det Trygg bruk-dagen
Aftenposten	08.12.08	Joneberg, Jackob	Ikke abre blant kvinner

Avis	Dato	Forfatter	Overskrift
Aften Aften	03.12.08	Gustavsen, Øyvind	Overser digitale mobbekanaler
Aften Aften	03.12.08	NTB	Dramatisk økning i mobbing på skoler
Aftenposten	04.04.08	NTB	Elever tør ikke dusje
Aftenposten	04.02.08	Samuelsen, Reidun	Politiet la vekk saken
Aftenposten*	04.02.08	Samuelsen, Reidun	Mobil- og nettmobbing øker mest
Aftenposten	04.02.08	Samuelsen, Reidun	Mener straffbar mobbing går fri

VEDLEGG V – ARTIKLER REFERERT TIL I TEKSTEN

Artikkeloversikt

Sveggum, Silje K. (2008) <i>HOVEDSAKEN: "Mia" baksnakket, truet og isolerte andre jenter systematisk. At hun var skoleflink, bidro trolig til at hun ikke ble avslørt</i>	166
Samuelsen, Reidun J. (2008b) <i>Politiet la vekk saken</i>	170
Bjørnå, Tove M. (2008) <i>10.500 flere blir mobbet i skolen</i>	172
Badi, Diana & Kristiansen, Arnhild A. (2009) <i>Elev hengt ut som hallik på YouTube</i>	173
Jacobsen, Frithjof (2009) <i>Råtasserne</i>	175
Knutsen, Anders S. (2009) <i>Henger elever ut med sex-sladder</i>	174
Ridar, Therese R. (2008) <i>Ukens tema: Fanget av nettet</i>	176

«Mia» baksnakket, truet og iso At hun var skoleflink, bidro tro

- **Jeg vet i alle fall om tre jenter** som har havnet på psykiatrisk som følge av mobbingen vår. Minst en av dem sliter ennå, sier eksmobberer «Mia».

Ryktespredning. Baksnakking. Utestenging. På ungdomsskolen var «Mia» og en hard kjerne på fire venninner eksperter i alle mobbeteknikkene. I tillegg til den skjulte jentemobbingen - såkalt bitching - benyttet jentegjengen også iblant fysisk vold.

I sin fortid som mobber har «Mia» marsjert inn i et klasserom og klistret ei jente hun hadde noe usnakket med oppetter veggen, mens venninnene lot skjellsordene og truslene hagle. Hun har vært med på å stenge ei jente inne i et avlukke på jentetoiletet. De helte en bøtte med isvann over offeret før de kastet vått toalett-papir på henne og samtidig hamret og sparket i døra.

Utseendemessig ser «Mia» ut som en hvilken som helst student. Conversesko. Svart skinnjakke. Trange, blå jeans. Førsteintrykket er høflig, men hardt. De blå

øynene nistrer inn i blikket til den hun snakker med. «Mia» blunker sjelden.

- Var du en som stirret lærerne dine i senk?
- Det kunne jeg nok. Hvis jeg ville.

I 2002 kom Bondevik-regjeringen med et eget mobbe-manifest som proklamerte nulltoleranse for mobbing i norske skoler. Innen to år skulle mobbing være ikke-eksisterende. En kort tid så det oppløftende ut. Etter en økning på 30 prosent i antall mobbeofre blant barn og unge i perioden 1995-1998, og nye 30 prosent økning i perioden 1998-2001, sank tallene i 2004 til 1998-nivå. Siden har pila pekt én vei. Oppover. I en elevundersøkelse fra tidligere i år anslås det at åtte til ni prosent av barna i grunnskolen blir mobbet. I et internasjonalt perspektiv blir 10 prosent av jenter utsatt for skjult mobbing som rykter, utfrysning og baksnakking. Mye av den skjulte mobbingen utøves av andre jenter. Aftenposten-journalist Liv Skotheim (31) og medforfatter Anna Holm Vågsland (31) har gjort dyppdykk i temaet. 8. desember lanseres «Bitching. Ei fagbok om jenter og mobbing», med fakta, tekster fra tenåringsjenter, forskerintervjuer og forfatterens egne refleksjoner og analyser. «Mia»s bidrag i boka er en unnskyldning til hennes ofre.

- Bitching og jentemobbing er usynlig. Vi ønsker å sette søkelys på et fenomen som har fått altfor liten oppmerksomhet. Bondevik og Stoltenberg holder taler, men vi trenger program som tar den psykiske jentemobbingen på alvor, sier Liv Skotheim.

Hun og Holm Vågsland mener at bitching altfor ofte bagatelliseres. Når ei jente for eksempel sier til en annen: «Så fin genser du har på deg i dag, da!», blir mobberer uangrikelig. Selv om både mobberne, de som står på sidelinja og den som blir utsatt for ironien godt vet at det som egentlig kommuniseres er det motsatte - at gen-

«Jentemobbing er veldig mye vanskeligere å oppdage. Utfrysningen er ofte subtilt utført.»

Erling Roland, adferdsekspert

Letter på sløret: - Jeg tror situasjonen kunne vært en annen om jeg



**lerte andre jenter systematisk.
lig til at hun ikke ble avslørt.**

ikke var så usikker på meg selv eller ikke hadde foreldre som var så ansvarsfraskrivende, sier den tidligere mobberen «Mia» (21). Nå bidrar hun i boka «Bitching» for å kaste lys over mobbing.

29. november 2008 | **MAGASINET** | 25



I gjesteboka på hjemmesiden hennes dukket det opp meldinger om at hun var stygg, så ut som en mann og «ikke burde være her». I gjesteboka hjalp ikke akkurat på den, sier 17-åringen.



Sa ifra: Annette Freitag (38) anmeldte mobbingen av dattera Maiken. - Det gir et signal til dem som mobber.

Konfliktrådet den innklagede parten. Dersom begge parter samtykker, kan det gjennomføres mekling. I 70 prosent av sakene som kommer inn, får Skaare og hennes kolleger samtykke til å gjennomføre mekling. Derfra kommer 90 prosent til en enighet om en avtale. 95 prosent av avtalene overholdes.

Maiken Freitag (17) fra Skedsmokorset er blant mobbeofrene som endte i Konfliktrådet - ansikt til ansikt med jenta som hadde mobbet henne via Internett. Via sin mor har jenta som mobbet Maiken avslått å stille opp til et intervju. Moren formidler til Magasinet at jenta «ikke husker det som skjedde» fordi «det er så lenge siden».

Husker gjør derimot Maiken. Hun ønsker å stille opp for å gi mobbeofre for bitching via nettet et ansikt. Mot slutten av 9. klasse ble hun truet og trakassert via gjesteboka på sin egen hjemmeside. Det dukket opp meldinger om at Maiken var stygg, så ut som en mann og «ikke burde være her».

- Det var ikke direkte «du skal dø», men det var det som var betydningen, mener Maiken.

Hun trodde først at mobberen var en jentegjeng som ►

Vil ha skoleombud

Anders Anundsen, Frp's skolepolitiske talsmann, er kritisk til den nåværende regjeringens innsats mot mobbing.

- Fokuset på mobbing har druknet blant andre saker. Regjeringen har ikke vist handlekraft og stemt imot alle forslag som vil styrke elevenes posisjon. Vi ønsker et eget skoleombud som skal omfatte alle forhold en elev kan komme opp i på skolen. Litt av utfordringen med mobbing er at elevene føler seg veldig alene. Å ha et uavhengig skoleombud vil gi en trygghet, også i forhold til mobbing. Men bare Frp er for dette.

Han understreker at han ser viktigheten av å også rette fokuset spesielt mot jentemobbing.

- Omfanget av bitching er større enn antatt. Vi ønsker økt tverrfaglighet i skolen, tilgang til helsepersonell og sosialarbeidere som kan se utfordringer lettere enn lærerne. Kompetanse må til, kanskje særlig i forhold til jentemobbing fordi den er vanskelig å oppdage.

Kunnskapsminister Bård Vegar Solhjell (SV) overlater til statssekretær Lisbet Rugtvedt å svare på kritikken. Hun viser til at departementet jobber med en fornyelse av Bondevik's mobbemanifest: - Mobbearbeidet de siste åra har ikke gitt ønsket resultat. Det er derfor viktig å få engasjert elevene, og at skolene forplikter seg. Helt konkret dobler vi bevilgningene fra syv til 14 millioner for å støtte antimobbeprogrammer som flere skoler bør benytte seg av. Rektorene må ta større ansvar for mobbing. Vi jobber med å etablere en rektorutdanning og vil legge antimobbearbeid inn her.

- Frp vil ha skoleombud, men dere har stemt imot? - Ja. Det er allerede minst 11 fylker som har uavhengige elevombud. Kunnskapsministeren oppfordrer alle fylkene om å opprette et elevombud, men han vil ikke pålegge dem dette. Fylkene er best tjent med å bestemme selv. Også Fylkesmannen er en viktig instans.

- Flere mener terskelen for at mobbeofre skal melde ifra til skole, kommune og fylkesmann er for høy. Hva sier du til dem?

- Jeg mener terskelen ikke er så høy. Fylkesmennene har et stående pålegg om å drive tilsyn og gripe inn der mobbing er graverende. Det skal også være mulig å ringe Fylkesmannen direkte. Føler man at skolen ikke griper tak i problemet, må man tørre ta en telefon til Fylkesmannen, sier Rugtvedt.

Fakta om mobbing

Hver tidende norske jente mobbes i det skjulte. Jenter som er medhjelpere i mobbing er omtrent like mange. Mobberne utgjør om lag åtte prosent av jentene.

Direkte mobbing kan være fysisk mobbing med slag og spark, eller **verbal mobbing** med skjellsord, krenkende og hånlige kommentarer eller trusler. **Indirekte mobbing** er sosial mobbing gjennom utestenging, ryktespredning o.l.

Vite mer?

Anonyme Foreldre Av Mobbeofre (AFAM), www.afam.no
 BarneVakten, www.barnevakten.no, gir råd om barn, mediebruk og digital mobbing.
 Røde Kors-telefonen for barn og ungdom, tlf. 800 333 21.

Barna deres opplevde mobbing via Internett.
Foreldrene kontaktet politiet, men fikk ingen hjelp.

Politiet la vekk saken

REIDUN J. SAMUELSEN

– Jeg skjønner fortsatt ikke hvordan politiet kunne si at dette var greit, sier en mor fra en bygd i Norge.

Hennes to sønner, 8 og 13 år gamle, ble utsatt for digital mobbing. Noen hadde opprettet en side med pornografisk innhold i deres navn. Øverst på siden sto guttenes navn med store bokstaver, nedover var det klikkbare pornobilder.

– Det er bare mine sønner som har disse fornavnene her, og nettsiden var opprettet lokalt, det så vi på adressen, forteller moren. Hun ønsker å være anonym, for å skjerme guttene.

«Per» og «Pål»s pornoside . Det første hun gjorde var å konfrontere sønnene med nettsiden, men de var like sjokkerte som foreldrene.

– Jeg gikk rett til politiet for å anmelde saken. Jeg ble sendt fra politikontor til politikontor i distriktet, for å finne noen som hadde kompetanse til å se på saken. Det endte med at de sendte en anmeldelse videre til en politijurist ved et større politikontor. Der ble saken henlagt. Det var ikke straffbart, sier hun.

Via tilfeldigheter kom hun i kontakt med en pensjonert politimann i et annet distrikt, som jobbet for organisasjonen BarneVakten. Det tok mannen åtte timer å få slettet siden. Han tok direkte kontakt med Piczo, som er operatør for nettstedet, og de ryddet opp – slik de er pålagt. – Da hadde jeg forsøkt å trenge igjennom hos nettoperatoren i lang tid, uten å lykkes, forteller moren.

11-åring hengt ut. For halvannet år siden ble det opprettet en hatside mot datteren. Den ligger fortsatt på Internett.

– Det begynte med at 11-åringen ble uvenner med en venninne. Det var egentlig ganske bagatellmessig, og det er sånt som skjer. Men i stedet for å ta det ut der og da, gikk venninnen, som da var 13 år gammel, hjem og opprettet en pornografisk side hvor min datters navn var godt synlig. Så sendte hun SMS til hele omgangskretsen, at de skulle klikke seg inn og se på siden som var opprettet spesielt for min datter, forteller faren fra Trøndelag.

Han ønsker ikke å stå frem med navn, av hensyn til datteren.

– Datteren min våget ikke fortelle det, hun skjemtes og syntes det var ekkelt. Vi fikk vite om nettsiden via moren til en annen venninne, forteller faren. Han kontaktet politiet, og forteller han snakket med fem, seks forskjellige politifolk.

– Det virket som om de ikke visste hva de skulle gjøre med henvendelsen, og etter hvert kokte det bort i ingenting. Politiet snakket om at de skulle

Nettspråk

Chatting er å prate med noen på Internett. En skriftlig samtale mellom to eller flere personer. Chatting foregår i såkalte chatterom.

Chatterommene kan være offentlige rom, hvor alle kan søke og lese meldingene, eller toveissamtale (å hviske).

Instant messenger er en annen måte å chatte på. Man kan laste ned et program på PC-en, som gjør det mulig å se når venner – som også har lastet ned programmet – er på maskinen, og så kan man chatte direkte med dem (for eksempel MSN).

Aftenposten fakta

ta det via skolen, men så langt har ingenting skjedd, sier faren.

– Hvorfor er ikke siden slettet?

– Det er et godt spørsmål som jeg ikke har svaret på. På meg virker det som om politiet mangler både kompetanse og ressurser til å forfølge slike saker, sier han. Datteren hans har nærmest glemt nettsiden, og det har heldigvis venninnene også. Men saken har vært en vekker for familien.

– Det som skremte vettet av meg, er hvor lett det er å opprette en slik side. En trenger ingen teknisk kunnskap, og det går på en, to, tre, sier faren.

Misbrukte bilder. I Hedmark sitter en annen familie som har opplevd digital mobbing. I fjor høst var det noen som utga seg for å være datteren (20) på en populær ungdomsside. Bilder av henne ble lagt ut sammen med pornografiske bilder, og videre sendt via MSN. Kvinnen på pornobildene hadde retusjert ansikt, slik at folk skulle tro det var datteren som figurerte der også.

– Hun ble ganske knust, forteller faren. Han anmeldte saken til politiet, og tok også kontakt med Microsoft i USA. Der fikk han beskjed om at de kunne gå inn og finne profilen på den som hadde lagt ut bildene, hvis de fikk en begjæring fra politiet. Men det fikk de aldri.

– Politiet henla saken uten å ha gjort noe som helst. Jeg har bedt dem om å få vite hvorfor de handlet slik, men har ikke fått svar. Jeg har også sagt at Microsoft ikke kan gjøre noe uten deres medvirkning, men det har ikke ført til noe, sier han. Han mener saken ble «utrolig nedprioritert» hos politiet.

– **Man føler seg ganske maktesløs når en ikke får hjelp der en tror en skal få det. Men jeg har skjont etter hvert, at vi ikke er alene om denne opplevelsen, sier faren.**

reidun.samuelсен@aftenposten.no

Mobil- og nettmobbing øker mest

■ Saker som omhandler mobbing og trusler i Konfliktrådet har hatt en økning på drøye 17 prosent fra 2006 til 2007. I alt ble 1088 slike saker henvist til meglings i løpet av fjoråret. Det er særlig saker hvor trusler fremsettes via mobiltelefon eller internett som øker. Flesteparten av dem som er inne til meglings på grunn av slik digital mobbing, er mellom 15 og 17 år.

BarneVakten har også opplevd en økning i henvendelser som dreier seg om mobbing via Internett og mobil.

Straffbare handlinger

■ På nettet gjelder de samme lover og regler som ellers i samfunnet. Er du over 15 år, kan du bli straffet med bøter eller fengsel for en del ting du sier eller gjør på Internett og mobil.

Du kan bli straffet:

- for å skrive hatfullt om andre på nettet/mobil
- for å sjikanere andre på nettet/mobil
- for å true noen på nettet/mobil
- for å skrive løgner om andre på nettet/mobil
- for å legge ut sensitive bilder av andre
- for å legge ut bilder av andre på fest
- for å legge ut bilder av andre uten samtykke
- for å legge ut opplysninger om andre
- for å sende e-post i andres navn
- for å bruke andres passord
- for å laste ned barneporno
- for å dele musikk/video på nettet
- for å kopiere og legge ut andres bilder

Kilde: skolenettet.no/ettklikk

Satsing mot nettovergrep

Denne uken er det ett år siden et utvalg ledet av Microsoft-direktør Grete Faremo, la frem 18 konkrete tiltak for å forebygge internetrelaterte overgrep mot barn og unge.

Justisministeren har vært svært positiv til forslagen – fra utvalget som han selv opprettet i 2006 – men foreløpig er lite gjennomført.

Forslagen har som mål å forbedre politiets arbeid med denne type overgrep, høyne kompetansen i samfunnet og ansvarliggjøre bransjen.

Les hele rapporten «Forebygging av internetrelaterte overgrep mot barn» på regjeringen.no.

Aftenposten fakta



Mener straffbar mobbing går fri

En stor del av mobbetilfellene er klart ærekrenkende, og dermed straffbare, mener Øystein Samnøen fra BarneVakten.

REIDUN J. SAMUELSEN

Han baserer uttalen på alle de meldingene som kommer inn på telefon og e-post via BarneVaktens nettside, og fortellinger fra noen av de rundt 2000 skoleelevene han møter hvert år.

– Vi kan ikke godta at ærekrenkende sider opprettes, uten at det får konsekvenser, sier Samnøen. Han er kommunikasjonssjef i BarneVakten, en organisasjon som gir råd om barn og medier.

Savner politiet. Samnøen har inntrykk av at det tas lettere på digital mobbing, enn mobbing som skjer ansikt til ansikt.

– Egentlig burde reaksjonen vært strengere overfor digital mobbing. Sjikane spredt via mobil eller på nettet kan bli værende i det offentlige rom i en evighet. Det kan hentes frem igjen senere, slik at mobbeofferet ikke blir ferdig med saken, sier Samnøen.

– *Hvor går grensen for hva som bør straffes?*

– Jeg er ingen jurist, men jeg har hatt juridisk hjelp til å kategorisere sakene vi får inn. En stor del av mobbetilfellene er klart ærekrenkende, og dermed straffbare, sier Samnøen. Han er

kritisk til politiets manglende reaksjon i flere av sakene.

– **Politiet har ikke noen overordnet agenda, det er opp til hvert enkelt politidistrikt – og den ekspertisen de eventuelt måtte ha der – å behandle sakene. For ofte ender det med en henleggelse av sakene. For foreldre og barn som er rammet, er det en håpløs situasjon. De vet ikke hvor de skal henvende seg, når de ikke kommer noen vei hos politiet, sier Samnøen.**

Et fristed? Han mener en må gjøre noe med kulturen rundt Internett.

– Det har dannet seg et inntrykk av at nettet er et fristed,

hvor en kan gjøre ting mot andre en ikke kan gjøre på andre arenaer. Det er helt feil. De samme mellommenneskelige kjøre-regler skal gjelde på nettet som i skolegården eller andre møtesteder. Her trenger vi en holdningsendring, sier Samnøen.

Økende problem. Prosjektleder for Medietilsynets «Trygg bruk»-kampanje, Stian Lindbøl, har registrert en økning i den digitale mobbingen.

– Det er naturlig, med det økende antallet datamaskiner og mobiltelefoner blant barn. De aller fleste tilfellene vi får melding om kan heldigvis klassifiseres som erting, men det finnes også grovere mobbesaker, sier Lindbøl. Tidligere tall fra Me-

dietilsynet viser at én av ti unge opplever ubehageligheter på Internett.

Lindbøl har blandede erfaringer med politiets håndtering av de mer alvorlige sakene.

– Noen politidistrikt tar dette veldig seriøst. De benytter seg av muligheten de har til å få ulovlig IP-adresser hos nettleverandørene for å finne ut hvem som står bak mobbingen, kaller ungdommene inn til møte, eller henviser til konfliktrådet. Ved andre politidistrikt er det tydelig at de ansatte ikke har noe særlig kjennskap til problemet. De er rett og slett temmelig ubevandrede i den digitale verdenen, sier Lindbøl.

Ber folk anmelde. Politidi-

rektør Ingelin Killengreen ønsker ikke kommentere enkeltsaker som hører hjemme i de forskjellige politidistrikter, men understreker på generelt grunnlag at disse sakene skal tas alvorlig.

– Mobbing og trakassering er uakseptabelt uansett form, sier Killengreen. Hun understreker at sakene som blir meldt til politiet skal gis en så god oppfølging som mulig.

– Vi er opptatt av at disse sakene anmeldes, for politiet har i liten grad mulighet for å overvåke aktiviteten på nettet. Dette dreier seg ofte om veldig unge mennesker, noe som gjør det til et samfunnsproblem som politiet ikke bør eller kan håndtere alene, sier Killengreen.

reidun.samuelSEN@aftenposten.no

«Ankelblodtrykk redder liv»

se internett: Hjerteforeningen.dk

Nå får du Elmedistrål behandling i Sandvika

Kvalifiserte sykepleiere

Hyggelige priser

Ring 67 55 08 89

**Actera Sykepleieklinnikk
Rådmann Halmrasts vei 7
Sandvika**



Nye C-Klasse sedan og stasjonsvogn

Velutstyrte. Rask levering.
Velkommen til en hyggelig handel!

www.starautoco.no

Forbruk: 0,60 l - 0,99l/mil CO-utslipp: 159-237 g/km

Mercedes-Benz

StarAutoco Avd. Lørenskog, Solheimveien 62, tlf: 67 97 97 97



Erling Roland er professor i spesialpedagogikk og har forsket mye på mobbing. Han mener fokuset på mobbing er borte. FOTO: JONAS HAARR FRIESTAD, STAVANGER AFTENBLAD

10.500 flere blir mobbet i skolen

Kong Harald og statsminister Kjell Magne Bondevik satte fokus på mobbing i sine nyttårstaler. Det hjalp og problemet avtok, men bare i et par år.

AV TOVE M. E. BJØRNA, STAVANGER AFTENBLAD

Tweet 0 Recommend

En ny rapport fra Senter for atferdsforskning viser en dramatisk økning i antall mobbeofre og plagere de siste fire årene. – Fokuset på mobbing er borte, sier professor ved Senter for atferdsforskning, SAF, Erling Roland til [Stavanger Aftenblad](#). Han legger frem dystre tall fra en helt ny landsomfattende skolemiljøundersøkelse. Antall mobbeofre som blir utsatt for ordinær mobbing går opp med hele 44 prosent på ungdomstrinnet. Legger man til mobilmobbing, øker antallet ofre med 134 prosent. Det betyr at nesten 17.000 elever er utsatt for mobbing ukentlig eller oftere.

Bedre på barnetrinnet

Også på barnetrinnet blir flere mobbet. Selv om økningen ikke er så voldsom. På 5. til 7. trinn føler over seks prosent eller 11.500 barn seg mobbet. Undersøkelsen viser også at andelen elever som selv mobber hver uke eller oftere, øker mye. På ungdomsskolen med 120 prosent (6600 elever), og på barnetrinnet med 44 prosent (1372 elever). De landsomfattende undersøkelsene som er utført av Senter for atferdsforskning, viser at de elevene som var med i den første manifestperioden, mobber mer i dag. – **Dra de ikke lærdom av det som skjedde? – Jo, men dette viser at mennesker til enhver tid forholder seg til omgivelsene. Det er lett å venne seg til at mobbing ikke er tillatt, men det er og lett å venne seg til at mobbing er tillatt. Dersom tydelige og sterke voksne ledere forsvinner, er det nok av barn og ungdom som kan sette negativ dagsorden forklarer Erling Roland.**

- Kan ikke stå til pynt

At stadig flere ungdommer mobber, og at flere blir utsatt for krenkelsers som kan gi alvorlige skadevirkninger, bør føre til at regjeringen reagerer, mener Roland. – Barn som blir forsmået, barn som ikke får omsorgen og korreksjonene de trenger, kan lett bli mobbere. – Nyte hjelpemidler som mobiltelefon, gjør det enklere for flere å plage, og ofrene får aldri fred. Dette krever en tydelig voksen ledelse. En positiv leder som bygger opp tillit, og som oppnår myndighet til å stoppe plagingen. Også statsminister Jens Stoltenberg har skrevet under manifest mot mobbing. – Det nytter ikke å ha fine papirer i stående til pynt i hyllen, sier, Erling Roland.

Del f t Tips en venn Skriv ut

[Les flere innenriksaker fra Aftenposten her](#)

v annonse



Oppdatert: 03.12.08 kl. 09:38 Publisert: 03.12.08 kl. 08:49

Del f t Tips en venn Skriv ut

TIPS TLF: 02286 SMS/MMS: 2286 2286@aftenposten.no

FAKTA: Undersøkelsen

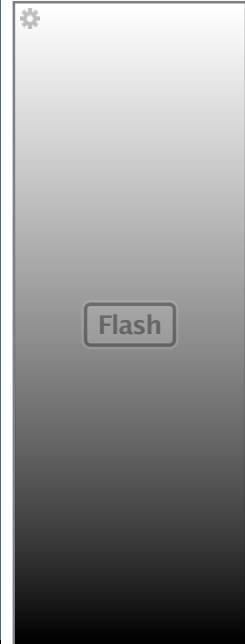
Senter for atferdsforskning ved Universitetet i Stavanger (UiS) gjennomførte den første landsdekkende skolemiljøundersøkelsen i norsk grunnskole i 1995. Undersøkelsen ble gjort i 1998, 2001, 2004 og nå i 2008. Hovedfunn viser at mobbingen økte med 30 prosent fra 1995 til 1998 og det samme til 2001. Fra 2001 til 2004 sank mobbingen tilsvarende. Stavanger Aftenblad presenterer i dag resultatene fra den nye undersøkelsen som ble gjennomført i 2008. Tallene i denne undersøkelsen sammenlignes med tallene i 2004, og viser at mobbing øker faretruende mye, særlig på ungdomstrinnet. **NØKKELTALL:** Elever som blir mobbet ukentlig eller oftere:
5.-7. trinn 2004: 10.500
5.-7. trinn 2008: 11.500
8.-10. trinn 2004: 7060
8.-10. trinn 2008: 16.700
Elever som selv mobber ukentlig eller oftere:
5.-7. trinn 2004: 4100
5.-7. trinn 2008: 5100
8.-10. trinn 2004: 6400
8.-10. trinn 2008: 14.500

HVA ER MOBING? Når en eller flere er uvennlige og ubehagelige mot en annen som ikke så lett kan forsvare seg, og når dette gjentar seg. Man blir sparket, slått eller dyttet. Man blir mye ertet eller utestengt fra de andre.

v annonse



v annonse



AFTENPOSTEN EAVIS



Kjøp dagens eAvis morgen- og aftenutgaven

PROFILERTE LEDERSTILLINGER



Daglig leder

Et av Norges mest spennende byutviklingsprosjekt?

Fred.Olsen & Co.

Administrerende direktør

Stillingen krever en energisk person med evne til å motivere, med handtekraft og med gode egenskaper innen samarbeid og kommunikasjon.

BRUNSTAD

Markedssjef

du vil planlegge, lede og gjennomføre våre markedsaktiviteter i tråd med selskapets strategier

Norgesgruppen
Kategorijsjef Drikke -
Storhusholdning

Servitør/kokkeutdanning og gjerne høyere merkantil eller økonomisk utdanning

DEN NORSKE
LEGEFORENING

LAGT UT PÅ NETT: En mobbesang om den unge gutten ble spredd på nett. - Jeg føler meg ikke som noe mobbeoffer, sier gutten, som likevel syntes sangen gikk for langt.

Elev hengt ut som hallik på YouTube

Sangen er spilt på skolen, i kantina og i klasserommet.



DIANA BADI
dba@dagbladet.no



ARNHILD AASS KRISTIANSEN
aak@dagbladet.no

05.03.2009, kl. 19:29

Del på Facebook

TIPS

(Dagbladet.no): En hiphoplåt, der en 18 år gammel skoleelev fra Kongsberg blir hengt ut av sine medelever, har blitt spredd rundt i hans hjemby og på YouTube. Sangen, med svært grove karakteristikk av gutten, ble også spilt på det lokale utestedet i helgen.

- Jeg synes det er lavmål at den ble spilt der. Det er ikke noe gøy for meg. Jeg tar det bra, men jeg synes det er tatt for langt, sier gutten som sangen handler om til Dagbladet.no.

18-åringen blir hengt ut med fullt navn i mobbesangen.

Denne er laget av jevnaldrende elever fra Kongsberg Videregående skole avdeling Maurits Hansen - som en spøk, sier de selv.

Spilt på skolen

Sangen har blitt spilt på skolen, i kantina og i klasserommet uten at noen lærere har fått det med seg.

- Hvis den er blitt spilt i kantina, så skjønner jeg at det kan være vanskelig for lærerne å få det med seg for der er det så mange som spiller musikk, men i klasserommene burde de ha hørt det, mener gutten selv.

Låta ble også spilt på utestedet Beats hele åtte ganger på lørdag. Gutten låta handler var ikke selv tilstede og liker dårlig at et utested gjenga sangen.

Dagbladet.no har blitt kontaktet av flere gjester som reagerte på det grove, sjikanerende innholdet teksten.

«Alle i Kongsberg sier vi liker deg ikke» heter det blant annet.

Han beskyldes for å være dum, for å tro at han er noe. I sangen heter det også at han er «en pimp» - en hallik.

- Vi er russ alle sammen og det er vanlig for russene å henge ut hverandre og andre på skolen. Det har vært en del tulling fram og tilbake som endte med at vi lagde denne låta om han. Men det var aldri ment som mobbing. Han er en venn, sier en av guttene bak låta.

Gutten selv at også at han tar saken med selvironi, selv om han synes den går for langt, og at han ikke føler seg som et mobbeoffer.

Vanskelig å fange opp mobbingen

Skolens rektor Emma Wabakken var ikke kjent med sangen da Dagbladet.no tok kontakt med henne.

- Dette har jeg ikke hørt noe om. Så uhyggelig. Dette er ikke vanlig kost, er hennes første reaksjon.

- Vi skal ha russerevyn i dag. Det aller første jeg skal gjøre er å snakke med revysjefen og høre at de ikke har planer om å bruke den der. Så vil jeg snakke med guttens kontaktlærer, og gutten selv for å se hvordan han har det. Hvis dette har gått ut over trivsel og faglig nivå så må vi sørge for at han får hjelp nå i måneden fram mot eksamen, sier hun.

Så vidt rektor kan se så har det ikke vært enkelt for lærerne å fange opp mobbingen.

- Jeg vet ikke i hvilken form dette har blitt spilt, så jeg kan ikke si at de burde ha skjont det. Men vi har kanskje vært litt naive. Vi vet jo at elevene er på nett, men vi tenkte ikke at de var så umodne at de brukte dette til mobbing. Vi må se på om vi kanskje trenger en annen politikk slik at vi kan fange opp slike ting, sier hun.

- Uheldig

Moiaba Estakhri ved utestedet Beats i Kongsberg sier at stedets ledelse ikke kjente til at låta ble spilt gjentatte ganger under lørdagens arrangement.

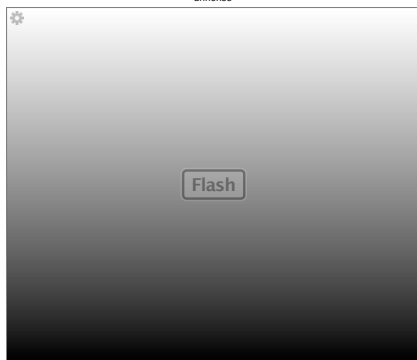
- Det er i utgangspunktet djen som velger sanger. Akkurat låtvalget er egentlig ikke noe vi har noe med, sier Estakhri til Dagbladet.no og fortsetter:

- Men jeg skjønner selvsagt at dette er en uheldig situasjon. Alle er velkomne her og ingen skal føle seg mobbet eller trakassert, om det er av en låt eller fysiske handlinger.

Beats vil nå ta opp hendelsen med de ansatte og musikansvarlig, for å forhindre at liknende skjer igjen.

- Men det er viktig å huske på at det ikke er vi som har lagt denne låta eller som står bak mobbingen, sier Estakhri.

Ikke klar over konsekvensene



IKKE KLAR OVER KONSEKVENSENE: Mange ungdom er ikke klar over hvor fort ting kan spre seg når de første havner på nett, sier Eva Marie Felde i Datatilsynet. Foto: DATATILSYNET

Nettmobbing:

- Mobbing er når en person gjentatte ganger og over tid utsettes for negative handlinger.
- Dette kan dreie seg om trakassering, plaging, utfrysing og sårende erting. Mobbing er alltid galt og uakseptabelt og skal aldri overses eller ignoreres.
- Hvis du får meldinger som gjør deg opprørt på profilen din, mobilen din eller mens du spiller spill, bør du vurdere følgende råd:

Ikke svar på meldinger som er ment for å trakassere deg eller gjøre deg opprørt. Det vil sannsynligvis oppmuntre til mer mobbing.

Behold meldingen; du trenger ikke å lese den, men behold den som bevis på trakasseringen. Det er avgjørende å ha bevis for hendelsen når du søker hjelp eller vil rapportere det.

Rapportér problemer til dem som kan gjøre noe med det.

Du kan ta kontrollen ved å ikke finne deg i støtende innhold. Du kan rapportere det til dem som eier nettsiden.

Episoder som kan være ulovlige bør rapporteres til [KRIPOS](#)

Blokkér avsenderen. Du trenger ikke å finne deg i at noen trakasserer deg — blokkér uønskede avsendere!

Fortell det til noen du stoler på. Snakk med foreldrene dine, venner, en lærer, ungdomsarbeider eller en hjelpetelefon. Det er det første du bør gjøre når du får et problem.

Respektér deg selv og respektér andre - å være online er veldig offentlig og veldig virkelig, selv om det ikke alltid føles sånn.

Kjenn til rettighetene dine. Les mer [Trygg bruk.no](#).

Kilde: Medietilsynet

Nyheter

mest lest siste 24 timer



- Hvorfor kjørte du ut i flomvannet

Jordan Rice (13) ofret livet for broren. Minutter før han døde, ble han og moren brutalt avvist av nødsentralen i Australia.

Helen fanget jente (2) som falt fra fjerde etasje

Britisk turist med vanvittig redningsaksjon på hotell i Florida.



Slik ser det ut etter ski-VM

Sju uker etter folkefesten.



Nå er'n her igjen

På vel mot verste Lemen-år siden 70-tallet.



- Et eller annet skjedde klokka 14.45

Tre voksne og ett barn fortsatt savnet i Vesterålen. Eneste spor er to brutte mobilsamtaler. - De ga uttrykk for at de var redde.



Første nordmann kastet i fyllearresten før klokka 11

- Han var full og dum, som vi pleier å si her i Sverige, sier Strömstad-politiet.



Her blir over 10 000 mennesker hjemløse

Riskoker kan være årsaken til at en hel bydel på Filippinene brant til grunnen i går.



- Vi har ubegrensa med plass i fyllearresten

18 nordmenn er kastet i fyllearresten, men politiet i Strömstad er fornøyd med årets rånere.



Har latt seg korsfeste i 25 år

På langfredag blir Ruben Enaje (50) spikret til korset med flere centimeter lange stålagnler.



Les flere saker i arkivet

NETTMOBBINGEN

Norge verst

Av GEIR FRAGELL

SKIEN (VG) Norge er på europatoppen i mobbing på nettet, ifølge ny undersøkelse.

Ungdom mellom 14 og 18 år i ni land har deltatt i undersøkelsen som Microsoft har utført sammen med nasjonale nettvetmyndigheter.

I Norge opplyser halvparten av ungdommene at de er blitt mobbet på Internett. To av ti sier de mobbes jevnlig på nettet.

Microsoft og Medietilsynet presenterer den nye undersøkelsen i dag, med to statsråder til stede.

Undersøkelsen viser også at norske foreldre er de mest restriktive i Europa på egne barns nettbruk. Samtidig har vi de høyeste mobbetallene.

Sikkerhetssjef i Microsoft Norge, Ole Tom Seierstad, minner om at Norge har et veldig høyt antall brukere på nettsamfunn.

Ny mobbe-kampanje

Vi har 1,6 millioner aktive Messenger-brukere, der hovedtyngden er 14-25 år. Også Finland har et høyt antall brukere, men der rapporterer vesentlig færre ungdommer om mobbing. I Italia opplyser kun en av ti ungdommer at de har opplevd å bli mobbet på nett, sier Seierstad.

Han tror at stort fokus på mobbing i Norge, har ført til at norske ungdommer er mer bevisst på mobbing og gjenkjenner problemet raskt.

Medietilsynets Trygg Bruk-prosjekt lanserer i dag holdningskampanjen «Ha det gøy – behold kontrollen». Kampanjen settes i gang i 27 europeiske land, og er en storsatsing i EUs Safer Internet Program.

Nettmobbing og konsekvensene er en av de største utfordringene nettbruk byr på, sier leder for Trygg Bruk, Thomas Hepso.

Den nye undersøkelsen forteller at vi har flest mobbeoffer, og samtidig flest restriktive foreldre i Europa. Hvordan oppfatter du det?

Vi vet at norske foreldre har restriksjoner og regler, men det er dialog med barna som mangler. Mobbing kan være et hemmelig mareritt for mange. Foreldrene må helt fra starten inn med veiledning og tilrettelegging sammen med barna. Foreldre må være åpne, ikke bare sitte med pekefingeren, sier Hepso.

E-post: geir.fragell@vg.no

Henger elever ut med SEX-SIL

Av ANDERS SOOTH KNUTSEN og ESPEN SJØLINGSTAD HOEN (foto)

I flere uker har en hemmelig person publisert intime rykter om elever på Lambertseter videregående skole.

I går kveld bestemte skolens ledelse seg for å politianmelde saken. Nå vil de ha hjelp til å spore opp personen bak bloggen – og stanse mobbingen.

Under tittelen «Gossip Girl – din kilde til det skandaløse livet blant elevene på

Lambertseter», har den anonyme bloggeren oppdatert internettetsiden med sladder flere ganger hver eneste dag.

Blant annet blir det beskrevet hvordan flere par har hatt sex på skolens handikaptolett. Det er også

Politiet kobles inn for å finne hemmelig blogger

gjort narr av en navngitt persons seksuelle legning.

På nettsiden blir skolens elever oppfordret til å bidra med flere rykter og sende e-post til en anonym e-postadresse.

«Og hvem er jeg? Det er en hemmelighet jeg aldri vil

fortelle», skriver personen på sin egen nettside.

Redde elever

VG var i går i kontakt med flere elever på skolen. De opplever internettetsiden som ren mobbing.



REAGERER: Elevrådsleder Anders Mørø støtter rektorens beslutning.

SMS til VG
Hva mener DU...

Hvordan kan man hindre mobbing på nettet?

Kodeord: **SIDET**
din mening til 2200



FORNUFTIGE: Siri Tveitan (f.v.), Vigdis Holta, Knut Eikeland og Henriette Kittilsen mener de har sunt nettveit. Tor Ivar Meling Skilbred er IKT-ansvarlig på skolen.

- Vi er ikke sjokka

Av GEIR FRAGELL og ALF ØYSTEIN STØTVIG (foto)

SKIEN (VG) 10. klasse-elevene ved Gimsøy skole er ikke overrasket over høye tall for nettmobbing i Norge.

Vi er ikke sjokka. Noen lager falske profiler, og skriver stygging bare for å være slomme.

De slipper å se folk i øynene, tror de er trygge på ikke å bli avslørt, og mobber andre, sier elevene.

Siri, Vigdis, Knut og Henriette er alle 15 år og mye på nett. De anslår minst tre timer daglig.

De forteller at mobberne i hovedsak er folk de ikke vet hvem er.

Det kan være fremmede, eller

folk de kjenner, men som gjemmer seg bak falske profiler.

Alle de fire 15-åringene har opplevd ubehagelige episoder. Dette er kommentarer som «hadde jeg vært så stygg som deg ville jeg tatt livet mitt», og grov uthenging.

Det vil alltid finnes noen som mobber. For noen hjelper det ikke med opplæring og grensesetting, mener 15-åringene.

NETTMOBBINGEN

ADDER

- Alle snakker om den, men ingen vet hvem som står bak. Flere elever er redde. Henges du ut på bloggen, vet alle det i løpet av minutter, sier ei jente til VG.

Eleverådsleder Anders Mørø bekrefter overfor VG at internetsiden har blitt et stort samtaleemne blant elevene på Lambertseter videregående skole.

- Hensikten til personen bak var kanskje annerledes, men uansett har dette utviklet seg til å bli mobbing. De som har blitt navngitt på si-

den er maktesløse. Mye av det som står der er heller ikke sant, sier elevrådslederen.

Han sier at de på forrige styremøte i elevrådet diskuterte siden, og hadde planer om å varsle skolens ledelse.

Rektor utvite

Rektor Claus Hagli ved Lambertseter videregående skole var ukjent med internetsiden da VG tok kontakt i går kveld.

Etter å ha lest innholdet, sier han følgende:

- Jeg er sjokkert og veldig lei meg på vegne av elevene. Dette er helt uakseptabelt. Saken blir politianmeldt allerede i kveld, og vi kommer til å gjøre alt vi kan for å finne den som står bak.

Vår it-ansvarlige vil bli koblet inn for å se på mulighetene for sporing, sier han.

Direkte kontakt

I går kveld sendte også rektoren en henvendelse til den anonyme e-postadressen.

Der oppfordret han den

ukjente bakmannen til å slette innholdet på siden.

- Måten elevene kommuniserer på er blitt vesentlig endret etter nettsamfunnets inntreden. Det er i ferd med å utvikle seg til et samfunnsproblem, mener rektoren.

Rektoren fikk følgende svar på sin e-post til den ukjente bakmannen i går kveld:

«Jeg vet hvem du der, du vet ikke hvem jeg er».

E-post: anders.sooth.knutsen@vg.no

BLIR POLITISAK: Ledelsen ved Lambertseter videregående skole koblet inn politiet i går kveld for å få stanset nettmobbingen.



Råtasterne

Internett er sikkert mobbernes drøm. Det er selvfølgelig lettere å slenge dritt når du ikke ser offeret i øynene.

Ingen som blander seg heller. Ikke lærere, foreldre eller kompisser.

Og det er den som blir mobbet som må si fra hvis noen skal oppdage det. Ikke som i skolegården eller klasserommet der andre kan oppdage.

Det er ydmykende å innrømme at man blir mobbet. Jeg skjønner godt hvis de holder kjeft.

I undersøkelsen om mobbing på nett, er det ikke lett å se hva mobbingen egentlig er. Om det er systematisk plaging eller bare slivkjæft. I den ganske vide sekken som kalles mobbing er det plass til begge deler.

Allikevel kan det som noen tar lett på, være tungt for andre. Den beste måten å definere mobbing på er at noen føler seg mobbet. Og det er det de selv som må avgjøre.

Mange norske foreldre legger begrensninger på barnas nett- og mobilbruk. Allikevel er norske tenåringer blant de mest påloggede i verden. Da er det ikke så rart at noen bruker nett og chatteprogrammer til å mobbe andre. Og det blir selvfølgelig mer mobbing når så mange unge bruker nettet.

Det går ikke an å lese ut av undersøkelsen at norske tenåringer er ondere enn britiske eller italienske.

Men det vi ser er at tenåringer mobber hverandre. Og selv om de fleste kanskje ikke tar seg nær av det, er det noen som blir plaget.

Det burde være et bra utgangspunkt for å gjøre noe. Noe annet enn å installere nettfiltre og overvåkningsprogrammer på pc-en.

Å la seg sjokkere over ungdommen, er en klassisk øvelse. Ofte munnur den ut i skepsis til ny teknologi. For var det vhs-kassetten som ødela de nye generasjonene, for det igjen rocken og fordervende rytmen. Hadde man hatt debattprogrammer og ungdomsforskere på 1800-tallet kunne det sikkert blitt et offentlig ordskifte om det fordervende i å kaste på stikka.

Hvis vi nå får en ny debatt om mobbing, er det best om den faktisk handler om mobbing. Ikke om Internett eller mobiltelefoner eller programvare.

Jeg tror ikke at det er så mange som har et dypt ønske om å plage andre. Men det kan hende at det de tror er litt uskyldig tynning og utdritting ved tastaturet, blir tatt langt mer alvorlig av dem som leser det. Det er

vel det man må prøve å få råstasterne til å forstå.



E-post: frithjof.jacobsen@vg.no

Nettvettregler for barn og unge

- Vær mot andre på nettet som du vil at andre skal være mot deg.
- Spør om lov før du legger ut opplysninger om eller bilder av andre.
- Vær forsiktig med å gi ut opplysninger om deg selv.
- Skal du møte noen du har chattet med på nett? Ta med en voksen eller en venn.
- Snakk med en voksen hvis du opplever noe ubehagelig på nett.

Kilde: Nettvett.no

Fakta

- 875 norske ungdommer mellom 4-18 år er spurt gjennom tilfeldig utvalgte på MSN.
- 9 av 10 norske har fått opplysninger om potensielle farer på Internett.
- En av tre norske foreldre setter tydelige grenser for nettbruk. Det er desidert mest i Europa.
- 4 av 10 norske ungdommer henvender seg til foreldrene om ubehagelige nettopplevelser.
- 8 av 10 norske ungdom melder fra når de blir mobbet.
- Nesten ingen melder fra til læreren. Det gjelder i alle land.
- Mobbing skjer oftest skjer på chatte- og sosiale nettverksider.
- 6 av 10 i Norge mener Internett har gjort det enklere å mobbe.

Kilde: Undersøkelsen om nettbruk og nettmobbing i Norge, Sverige, Danmark, Finland, Sveits, Italia, Spania, Portugal, Irland og Storbritannia gjennomført av Microsoft og nasjonale nettvettmyndigheter.

- En av seks er blitt plaget på nettet
- En av fem har mottatt truende e-post
- En av fire har opplevd at noen har lagt ut bilder av dem
- Gutter lager hatsider – jenter mobber på chat
- Foreldrene snakker lite med barna om internett

Nå skal du få noen historier fra virkeligheten. En av dem er om Synne.

Synne bor i en småby i Norge og går i 8. klasse. Det er søndag formiddag og kjedelig. Synne og venninnen Kristine ligger på sengen i Synnes rom og stirrer i den rosa veggen. Den er dekket med plakater av pene modeller på catwalken og Paris Hilton overalt. Synne og venninnene trener flere ganger i uka for å få like fin kropp som Paris. Body pump, pilates og jogging.

De to 13-åringene har akkurat begynt å bruke sminke og drømmer om å bli modeller. Kristine foreslår at de skal ta bilder av hverandre. Hun starter poseringen. Så er det Synnes tur, i olabukse og kort topp.

De to venninnene ler og tuller foran Synnes digitalkamera. Så tar Kristine av seg toppen, og fniser enda mer. Til slutt står de bare i stringtruse begge to. Synne smur den nakne ryggen halvveis til kamerat og sender et flørtende blick over skulderen i det Kristine trykker ned avlaseren og fanger henne i halvfigur.

De to jentene er ganske fornøyde med modellresultatene, og legger bildene ut på sin private hjemmeside, en piczo-side de selv har opprettet. Bildene er ment for bare de to, og man må kunne passordet for å se dem. Jentene legger ut mange bilder det året, også fra diverse fester. Men etter hvert glemmer de hele siden.

To og et halvt år senere:

Synne har nettopp begynt på videregående og har lyst til å jobbe med noe innen media. Den

Fanget av nettet

lille drømmen om å bli modell har hun for lengst vokst fra. På skolen kjenner hun svært få og har lyst til å gjøre et godt inntrykk.

En studietime sitter hun foran pc-en og chatter på MSN. Plutselig får hun et bilde av en venninne med teksten: «Dette fikk jeg av en kamerat...». Idet hun åpner bildet, føler Synne at hun ikke får puste. En ung jente poserer i truse. Med flørteblikk til kamerat. Det er den to og et halvt år yngre Synne.

Venninnen har fått bildet tilsendt av en kamerat, men igjen har fått det av en annen venn. Ingen kan fortelle hvem som først kom seg inn på hjemmesiden. Synne logger seg skjelvende av pc-en, pakker sekken og forlater skolen med gråten i halsen. Synne tenker på de nye klassekameratene. Hvis de får se bildene, kommer de til å tro hun er innbilsk og dum. Via bekjente får hun vite at noen har printet ut bildene og hengt dem opp på den gamle skolen hennes.

Synne legger seg gråtende på sengen hjemme. Hun tør ikke gå ut, holder seg stort sett hjemme i en hel uke. Ser litt på TV, prøver å tenke på andre ting, men er stresset inni seg. Hun er redd

foreldrene skal få vite om det. Synne får hjelp til å slette hjemmesiden, men bildene finnes fortsatt der ute. De dukker opp på enda en ungdomsskole, der mange kjenner henne. Hun drar innom skolen sin to ganger den uken, men tar ikke bussen av frykt for å møte gamle kjente.

– Mange ungdommer lever store deler av livet sitt på nett, og mange av dem tenker ikke nøye nok gjennom hva de foretar seg der, sier Guro Skåltveit i Datatilsynet. Hun kjenner til mange saker som ligner på Synnes historie.

– En fotointeressert jente la ut et bilde av seg selv med et kunstnerisk uttrykk. Hun var ikke engang lett kledd på bildet, men opplevde å havne på coveret av en pornofilm. Fra Kripos vet vi at det klippes og limes mye i bilder på nettet. Særlig hvis bildet har høy oppløsning, er det enkelt å manipulere et ansikt inn i et annet bilde, advarer Skåltveit.

– Det kan se ut til at mange nå begynner å bli flinkere til å passe på hva de legger ut om seg selv, men ikke når det gjelder andre. Jeg tror hets og



ANGRER: Synne angrer på de lettklede

mobbing vil være den største utfordringen fremover.

– Ikke seksuelle overgrep?

– Overgrep er selvsagt svært alvorlig, men heldigvis er det svært få som har hatt negative opplevelser knyttet til det å møte ukjente på nettet. Spørsmålet er om disse hadde funnet andre kanaler for å møte fremmede uansett, sier Skåltveit.

I nettsamfunn som Facebook og Nettby kan det virke som det er stor takhøyde for hets og sjikane, men dommen fra Hamar i 2004 viser at det slett ikke er fritt frem.

Ei 17 år gammel jente skrev på nettstedet hamarungdom.no at hun hatet en annen jente og kalte henne «hore». Hun skrev også

La ut nakenbilder som hevn

En 16 år gammel jente fra Bodø ble siktet for å ha lagt ut barneporno på nettet. Det hele dreide seg om hevn på en 14-årig venninne. Politiet fant også at 16-åringen hadde spredt link til siden til 30 personer, og i løpet av ett døgn hadde bildene over 600 treff. For 14-åringen og hennes foreldre har saken vært en stor belastning. Hun fikk selv kun kjennskap til nettsiden gjennom rykter i ungdomsmiljøet.

Kilde: an.no

13-åring utsatt for internettovergrep

Fredrikstad-mannen (29) kledd av seg foran webkamera og utført utuktige handlinger mens den 13 år gamle jenta satt ved sin pc og så på. Deretter skal han ha fått henne til å gjøre det samme. Internett-overgrepet innledet et fire måneder langt seksuelt forhold. 29-åringen visste at jenta bare var 13 år.

Kilde: Fredrikstad Blad



bildene hun la ut av seg selv på nettet som 13-åring og er redd for å bli stemplet.

nedsettende om jentas familie. 17-åringen ble dømt av Hedmarken tingrett til å betale en bot på 4500 kroner for å ha krenket en annens fred gjennom hensynsløs atferd.

(Kilde: Utdanningsdirektoratet)

– Dommen er historisk. Det er den første dommen i Norge knyttet til sjilkane på internett og viser at man har rettigheter, selv på nettet, sier Skåltveit.

Hun mener en sunn bruk av internett gir viktig lærdom og at flere voksne bør sette seg mer inn i denne delen av ungdommens verden.

– Enkelte voksne kan kanskje si at det bare er å melde seg ut av nettsamfunnet når man

opplever vonde ting, men for noen ungdommer vil jo det være som å kutte av seg høyrearmen. Dette er det sosiale livet til dagens ungdommer. Vi kan ikke ta fra dem det.

«Dytte Hans: 300 poeng
Ødelegge klærne til Hans: 400 poeng

Slå ned Hans: 500 poeng
Hver fredag blir det kåret en vinner.»

Dette er noe av innholdet på en hatside rettet mot Hans, en ungdomsskoleelev som har slengt med leppa til Kristian i gymsalen. Kristian befinner seg nederst i skolens kulthierarki. Hans er i midten. På kvelden sitter Kristian og kompisene

foran dataskjermen som de pleier. Men denne gangen lager de en hatside mot Hans. Siden er meget profesjonelt laget, og etter hvert får flere og flere på skolen høre om den.

For første gang blir de fem datanerdene lagt merke til på skolen. De får skryt av guttene som ligger aller øverst i hierarkiet. Da tar det av. De manipulerer bilder der Hans har sex med alt fra dyr til gamle damer. De oppretter en chatterside der en som gir seg ut for å være faren til Hans skriver: «Hvorfor er dere slemme mot Hans, han er jo så god til å suge.» Og verre blir det. De fem guttene glemmer helt Hans. For første gang blir de sett. Til slutt vet alle elevene på

skolen om siden, men ingen voksne. Helt til en observant far kommer over siden sønnen har vært innom – og blir sjokkert. Uten å kjenne Hans, tar han med seg sønnen hjem til Hans for å informere foreldrene. De melder saken til politiet og den ender i Konfliktrådet. Der møter Hans og foreldrene de fem mobberne en etter en. Mødre og fedre bryter sammen i gråt da de får vite hva sønnene har gjort. Guttene skjønner det ikke helt selv heller. Det var bare så deilig å sole seg i glansen.

Avtalen blir at de ber Hans om unnskyldning høyt og tydelig i skolens kantine. Så spanerer de et kurs i selvsvar på Hans.



Tenåringer dømt for sexovergrep mot jente

På en fest ble jenta (15) bundet, skamklippet, slått og tvunget til å utføre seksuelle handlinger med seg selv. Overgrepet ble filmet med mobilkamera og opptaket ble i ettertid videresendt til flere ungdommer. Den hovedtaltale, en 18 år gammel jente fra Sandefjord, ble dømt til to års fengsel.

Kilde: Aftenposten

- De samme lovene gjelder på nett og mobil som ellers i samfunnet. Er du over 15 år, kan du bli straffet med bøter eller fengsel hvis du:
 - – skriver hatefullt om andre
 - – sjikanerer andre
 - – truer andre

Straffbare handlinger

- skriver løgner om andre
- legger ut bilder av andre uten samtykke
- legger ut opplysninger om andre
- sender e-post i andres navn
- bruker andres passord
- laster ned barneporno
- deler musikk/video på nettet
- kopierer og legger ut andres bilder

Kilde: skolenettet.no/attklikk

