

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**



Inspiration til en
god samtale

TALER DU MED DIT BARN OM YOUTUBE?



Inspiration til en
god samtale

KÆRE FORÆLDRE

YouTube er uden sammenligning det mest brugte sociale medie blandt danske børn, særligt de yngre. Mere end 7 ud af 10 børn mellem 7 og 14 år bruger platformen.

På YouTube findes videoer om næsten alt. Man kan finde sjove kattevideoer, *vlogs*, musik, videoer, der viser, hvordan man kan være kreativ, hvordan man spiller sit yndlingsspil, danser og rigtig meget mere. Man kan også finde et fællesskab med nogen, der ligner én selv.

Men der kan være afkroge, indhold og personer, som du måske ikke synes, dit barn skal tilbringe mange timer med hver uge.

Medierådet mener, at det hører med til dét at være forældre, at man deltager i sine børns onlineliv. På YouTube og på nettet generelt. Vi bruger FN's børnekonvention som afsæt for vores arbejde med børn og unges digitale dannelse. Vi arbejder med andre ord for, at børn skal have en tryk digital barndom. Det betyder blandt andet, at der skal være balance mellem børns ret til beskyttelse og børns ret til at ytre sig og deltage i samfunds- og kulturlivet.

Vi har derfor skrevet denne folder til reflekteret brug af platformen. Folderen handler om YouTube. En del af rådene kan I også bruge til at få talt om andre sociale medier.

God læselyst,

Stine Liv Johansen
Formand for Medierådet for Børn og Unge

HVORDAN KOMMER DU I GANG MED SNAKKEN?

Folderen er bygget op om nogle spørgsmål, der kan sætte gang i snakken, og nogle ting, du som forælder kan prøve af for at blive lidt klogere på, hvordan YouTube fungerer.

Der findes ikke kun én måde at bruge YouTube på. Den måde, dit barn bruger platformen på, forandrer sig i takt med, at dit barn bliver ældre og udvikler sig. Folderen er derfor inddelt efter forskellige måder at bruge YouTube på. Man kan kalde dem "tilgange", dvs. dit barns tilgang eller motivation for aktivt at bruge YouTube. Men læg mærke til, at tilgangene ikke udelukker hinanden.

Alder er ikke en rettesnor for, hvilken tilgang dit barn har, men kan være med til at give et fingerpeg: Under 9 år kan svare til den legende tilgang, hvor barnet bruger YouTube til at finde inspiration til leg. Mellem 9 og 13 år kan svare til den sociale tilgang, hvor YouTube er en social ting, man snakker med kammeraterne om. 13 år og derover kan svare til identitetstilgangen, hvor barnet begynder at spejle sig i andre, og det at følge bestemte youtubere er med til at udvikle barnets identitet og holdninger.

Men børn og unge er forskellige, og nogle børn er fx over 13 år, men har stadig primært en legende tilgang. Derfor kan flere afsnit i folderen være brugbare for dig.

Er du i tvivl om, hvilken tilgang dit barn har, så tag testen på medieraadet.dk/youtube/testtilgang

Ifølge YouTube skal man være mindst 13 år

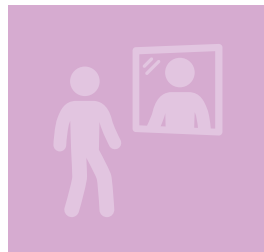
YouTube er ejet af Google. De oplyser på deres hjemmeside, at du skal have en Google-konto, der overholder kravene for minimumsalder, for at kunne logge på YouTube. Men man kan godt bruge YouTube uden at være logget ind. Så mister man dog fx muligheden for at kommentere på videoer.

Udgivelsen af denne folder er ikke ensbetydende med en anbefaling af, at mindre børn skal bruge YouTube. Men langt de fleste børn under 13 år bruger YouTube, og mange endda hver dag. Det er den kendsgerning, vi har taget udgangspunkt i. Det er op til jer forældre at beslutte, om jeres barn skal være på YouTube. Hvis du lader dit barn være på YouTube, er det vigtigt at vide, at platformen ikke er lavet til børn under 13 år.

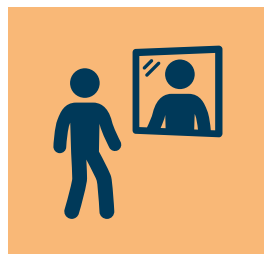
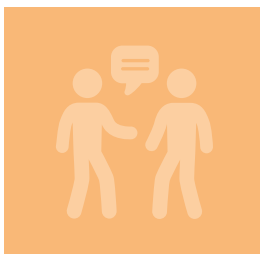
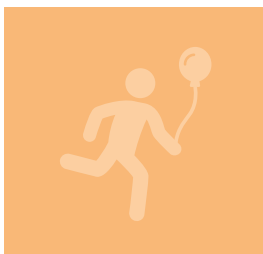
DIT BARN'S TILGANG TIL YOUTUBE



Den legende tilgang, side 10



Den sociale tilgang, side 14



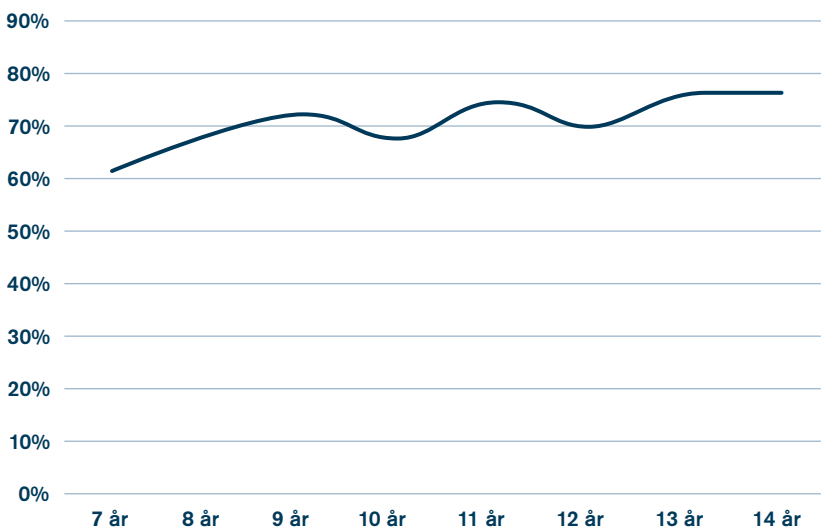
Identitetstilgang, side 18

Fakta om YouTube

- Det mest sete indhold over en uge blandt danske 7-14 årige er: Youtubere/vlogs (57 %), gaming/spilvideoer (51 %) og pranks/challenges (44 %).
- Over 2 milliarder brugere besøger YouTube hver måned, og hver dag ser brugerne over en milliard timers video.
- I gennemsnit ser hver dansker 23 minutters indhold på YouTube hver dag.
- Mere end 70 % af al YouTube-visningstid er fra mobileenheder.

Kilder: 'Vidste du? – om de 7-14-årige', Det Danske Filminstitut, august 2020, og 'YouTube for press', august 2020.

Ugentlige brugere af YouTube fordelt på alder



Kilde: 'Vidste du? – om de 7-14-årige', Det Danske Filminstitut, august 2020

TYPER AF YOUTUBEVIDEOER

Som forælder kan det være nemmere at tale med om YouTube, hvis man kender til de forskellige typer af youtubevideoer. YouTube bruger selv en række kategorier, som brugerne kan tagge deres videoer med. For eksempel "Humor" eller "Dyr". Men kategorierne er så brede, at de sjældent siger noget konkret om videoernes indhold og form.

Ud over musikvideoer, instruktionsvideoer og andet indhold, vi kender fra andre typer af medier, er her nogle af **de mest populære typer af youtubevideoer og deres særlige udtryk og kendetegn:**



VLOG

Genre *Vlog* er sammensat af video og blog – en *videoblog*. Ligesom en blog handler vlog-genren om at dele personlige erfaringer og meninger om et emne, fx kærestes, mad osv. Vloggen er en af de bredeste typer af youtubevideoer og har skabt enorme fællesskaber på tværs af kloden.

Udtryk En vlog er *personlig*, hvilket også præger udtrykket. Mange vlogs har en enkelt person i "hovedrollen" og er optaget i private omgivelser hjemme på værelset eller på en ferierejse. Scenerne fra privatlivet gør indholdet autentisk og miljøet genkendeligt for seeren.



CHALLENGES

Genre *Challenges* (udfordringer) motiverer i høj grad til deling på YouTube. En challenge-video udfordrer seeren til at gøre noget sjovt eller grænseoverskridende og har et *konkurrenceelement*. For eksempel at hælde isvand ud over sig selv, eller at man kun skal spise gule ting en hel dag.

Udtryk En challenge er *underholdende* og fungerer som en slags fællesleg online. Stilen er derfor humoristisk, og videoen er som regel optaget håndholdt, så man kan se, at indholdet er ægte. Nogle lægger også farverige filtre og lydeffekter på optagelserne for at gøre det ekstra sjovt.



GAMING

Genre Spilkategorien er stor på YouTube og rummer især videoer med folk, der sidder og *gamer*. Gaming-videoer kan minde om vlogs, hvor en person taler for åbent kamera hjemme i privaten. Indholdet består af tips, tricks og *tutorials* til spil, men gameren er typisk lige så interessant som spillet.

Udtryk Billedsiden i videoen er optagelser fra populære spil som 'Minecraft' eller 'Fortnite', hvor gameren *speaker* indover. Men hovedpersonen taler også til kameraet (og seerne) undervejs. Nogle af de mest populære youtubere er karismatiske gamere med millioner af følgere.

Youtuber

En *youtuber* er en person, der regelmæssigt udgiver videoer på YouTube.



PRANK

Genre *Pranks* findes også i virkelighedens verden som *practical jokes*. Der er typisk et fysisk overraskelseselement i en prank, som skal få offeret på glatis – og seerne til at grine. Genren er kendt fra tv-verdenen som "skjult kamera" og kan svinge mellem sjove, uskyldige og grove jokes.

Udtryk Skjult kamera går igen i prank-videoer, hvor især venner og familie udsætter hinanden for akavede situationer. Det skjulte kamera har en realistisk effekt, som gør pranken troværdig og derfor sjovere. Men pranks har også udløst kritik, fx de populære *killer clown*-videoer, hvor folk i uhyggelige klovnekostumer skræmmer mennesker på gaden, mens det bliver filmet.

Flydende genrer

Det indhold, vi møder på YouTube, vil ofte være en blanding af flere genrer eller typer af youtubevideoer, fx en blanding mellem en *challenge* og en *haul*. Man taler også om, at genrerne er *flydende* og derfor hele tiden udvikler sig.



HAUL / UNBOXING

Genre *Haul*-videoer har altid været trendy på YouTube. Ordet *haul* er engelsk og henviser til det at shoppe en masse varer med hjem for at vurdere dem for seerne. I begyndelsen var *hauls* mest populære blandt teenagepiger og unge kvinder, der filmede sig selv afprøve tøj og skønhedsprodukter. I mellemtiden har genren udviklet sig til også at være velbetalt viral marketing for youtubere og virksomheder. Genren rummer også *unboxing*-videoer, hvor fokus er på indpakningen og spændingsmomentet ved at se noget blive pakket ud for første gang.

Udtryk Hauls og unboxing-videoer kan være kommercielle reklamevideoer, leveret med et personligt udtryk, der appellerer til unge brugere. Afsenderen taler i nærbilleder og er "ansigt til ansigt" med seerne. Produkterne pakkes ud og afprøves hjemme på værelset.



REACTION

Genre *Reaction*-videoer handler først og fremmest om at skabe reaktioner og følelser ved at *vise* reaktioner og følelser. Fænomenet er udbredt på YouTube, hvor de første reaction-videoer var folk, der filmede sig selv reagere på opsigtsvækkende internetindhold. Men reaction-genren har bl.a. også været årsag til, at videoer med ekstreme politiske budskaber har fået stor viral gennemslagskraft hos børn og unge.

Udtryk Videoerne er simple og hjemmevideoagtige og bliver set og delt, alt efter hvor ægte de virker. Udtrykket afspejler, at det er den *følelsesmæssige* reaktion, der er det vigtige, og ikke om videoen er godt lavet eller ser professionel ud. Optagelsen er derfor "rå" og gerne lavet med et webcam. I mange videoer ser man også det, personen reagerer på.

Hoax

Virale skræmmevideoer kaldes også for *hoax*-videoer – efter det engelske ord for fup eller svindel. Hoax-fænomenet er lige så gammelt som internettet, men er blevet særligt udbredt med sociale medier som YouTube. Hoax-indhold spænder vidt online, fra uskyldige aprilsnare til forvirrende *fake news*.

LEG PÅ OG MED YOUTUBE

Leg foregår ikke kun på legepladsen, men i lige så høj grad også digitalt. Det er værd at huske på, at leg ikke behøver have det formål, at barnet skal lære noget bestemt. Det gælder også den leg, der foregår på og med YouTube.



Hvordan leger man på YouTube?

Et godt eksempel på, hvordan leg og YouTube smelter sammen, er *DIY* (Do It Yourself) videoer, hvor mange børn bliver inspireret til at bage, folde det perfekte papirfly eller lave smykker. Mange forældre husker sikkert også *bottle flip challenge*, som er en leg, børn stadig leger. Inspireret af youtubevideoer konkurrerer man om at kaste en vandflaske op i luften på en måde, hvor den lander stående.

Det er en god idé at tale med dit barn om vaner, indhold og oplevelser på YouTube. Det er vigtigt for at kunne lave aftaler med barnet om brug af mediet. Tænk på dit barns onlineliv som en vigtig del af børnetilværelsen på linje med fritidsinteresser, skole og venner.

SPØRG SÅDAN

Start her Prøv tre gange i denne uge at spørge ind til, hvad dit barn har set i dag på YouTube. Fx kan du spørge:

- "Skal vi finde en bagevideo sammen og se den og bage en kage?"
- "Har du set noget sjovt på YouTube i dag?"

Hvis du mangler inspiration til at stille spørgsmål, så se, hvilke typer af youtubevideoer der findes, på side 7.



Slå notifikationer fra

Standardindstillingen i YouTube gør, at dit barn får en notifikation, hver gang de youtubere, barnet følger, deler en ny video. Det kan være forstyrrende og også vække barnet om natten med både lys og lyd. Du kan slå notifikationer fra nederst under "Indstillinger".

Det meste indhold har vi ikke selv valgt

Hver gang dit barn klikker sig ind på en video, søger på et ord, abonnerer på en youtuber eller giver et *like* et sted, registrerer YouTube det og laver en dataprofil af barnet. Denne profil bliver over tid mere og mere detaljeret og præcis, og YouTube anbefaler indhold på baggrund af barnets profil. Man kalder derfor YouTube for "hyperpersonaliseret".

Én grund til YouTubes kæmpe udbredelse er den måde, platformen tilbyder relevant indhold. Faktisk er det meste af det indhold, vi ser på YouTube, *anbefalet indhold*; altså indhold præsenteret under "Anbefalet" eller "Næste"-funktionerne.



Vidste du

At videoer under "Næste"-funktionen som udgangspunkt automatisk går i gang med at afspille? Det kan du slå fra ved at trække i "Autoplay"-knappen, så den deaktiverer.

- Aktivitet
- Spørg dit barn, om det *liker* nogen videoer og i så fald hvilke?
 - Hvis dit barn ikke kan huske det, kan I se det under "Samling" og herefter "Videoer du kan lide", hvis I bruger en app. Hvis I åbner YouTube i en browser, ligger listen under "Videoer du kan lide".
 - Tal gerne om, at YouTube laver en profil af, hvem man er, ud fra hvad man ser og klikker på. Tal også om, at den profil også har indflydelse på, hvilke reklamer man ser på andre hjemmesider.

Hvem ser dit barn op til?

Nogle youtubere vil man karakterisere som *influencere*. En influencer er en person, der påvirker (influerer) sine følgere. En del indhold på YouTube indeholder reklamebudskaber, hvor youtuberen i videoen fortæller om et produkt eller en virksomhed. Undersøgelser peger på, at børnene ikke altid opfatter det som reklame. De reklamer, der kommer før og efter en youtubevideo, kan børn nemmere aflæse, fordi de er tydeligere adskilt fra resten af indholdet.

Hvis youtuberen samarbejder med virksomheder og bliver betalt med penge eller gaver, skal de ifølge lovgivningen markere det tydeligt som reklame – og hvis målgruppen er børn, skal det markeres endnu tydeligere end ellers.

TAL OM

For at forstå, hvad en reklame er, er det ikke nok, at dit barn ser en reklame-markering:

- Det er vigtigt, at I tager en snak om, hvad en reklame er, og hvad det betyder.
- Tal om, at når der står "reklame", så er det, fordi en virksomhed gerne vil fortælle om sit produkt og håber, at vi vil købe det.
- Hvis dit barn ønsker sig noget fra en youtubevideo, så tag en snak om, at youtuberen kan være betalt for at tale om produktet – og måske omtaler produktet positivt af den grund.

YouTube Kids

I starten af 2019 blev 'YouTube Kids' lanceret til børn under 13 år. En slags børnevenlig udgave af YouTube med indhold og design, der passer til mindre børn. Børnene kan fx ikke kommentere på videoer eller se, hvornår en video er udgivet. 'YouTube Kids' er ikke reklamefri, men der er en række udvidede krav til reklamer. De skal fx være tydeligere markeret, og man må ikke reklamere for mad, læskedrikke, videospil eller film, der henvender sig til børn over 13.

HVAD GØR DU HVIS

Dit barn ser noget skræmmende indhold

YouTube er en helt åben platform, forstået på den måde at alle kan lægge videoer op. Der findes derfor heller ikke "sikre zoner" på YouTube med indhold, som kun er for børn. Dit barn kan derfor godt møde indhold, der fx er skræmmende.

Hvis dit barn bliver bange eller ked af det over noget, det ser på YouTube, er det vigtigt ikke at være fordømmende eller skælde ud.

Prøv at spørge, hvilket indhold der er tale om, og find videoen frem. Overvej at anmelde indholdet sammen, hvis I tænker, det bevidst er lavet for at skræmme børn eller på anden måde ikke lever op til YouTube's *community guidelines*, som er YouTube's regler for god opførsel på platformen (se support.google.com).

Hvis den profil, dit barn ser YouTube med, er oprettet med din e-mail, kan du følge med i, hvad dit barn ser. Men gør det kun, hvis dit barn ved det, så du ikke risikerer mistillid. Det er vigtigt at have en løbende, konstruktiv dialog om indhold på YouTube, så dit barn ved, at det altid kan komme til dig.

Begrænset tilstand

Du har mulighed for at sætte et filter på dit barns telefon, tablet eller pc ved at trække i knappen ud for "Begrænset tilstand" under "Indstillinger" i appen eller på hjemmesiden. Det virker kun på de devices, hvor det aktivt er slået til. Her vil det sortere noget (ikke alt) indhold fra, som:

- Er markeret som uegnet for børn af youtuberen.
- Er blevet anmeldt som uegnet for børn eller stødende af andre brugere.

Indstillingen slår også kommentarer fra på noget indhold. Man kan i forvejen ikke kommentere på indhold, hvor hovedpersonen er et mindreårigt barn. Begrænset tilstand bør ikke erstatte en dialog om vaner, indhold og oplevelser på YouTube.

SOCIAL PÅ OG MED YOUTUBE

I dag er børn og unges onlineliv en vigtig del af deres sociale liv. Interaktioner online er lige så virkelige og kan have lige så stor indflydelse på båndet mellem to personer som det, der foregår i den fysiske verden.

YouTube er et socialt medie. I modsætning til en række andre sociale medier er relationen ikke fra ven til ven i et netværk, men én youtuber til mange følgere. På den måde ligner YouTube mere de klassiske medier. På YouTube kan man dog deltage ved at kommentere og *like* og *subscribe*. To følgere kan godt kommentere på hinandens kommentarer, men samtalen vil altid være på og om youtuberens kanal.



En stærk relation skaber tillid

De store youtubere gør rigtig meget for at skabe en stærk relation til deres følgere, bl.a. ved at opfordre dem til at deltage på forskellige måder, kommentere, sende billeder ind osv. En anden måde er at være "autentisk" som i *vlogs* – se mere under afsnittet side 7 om typer af youtubevideoer. Jo yngre barnet er, jo større tillid vil det nok have til dem, det følger.

De større børn begynder typisk at udforske platformen lidt mere, måske via "Hot lige nu"-listen. YouTube kan også blive en mere social ting, man taler om sammen med kammeraterne og udveksler forslag til videoer, man kan se.

Det er stadig vigtigt, at du taler med dit barn om vaner, indhold og oplevelser på YouTube.



SPØRG SÅDAN

- Start her**
- "Hvordan finder du indhold på YouTube? Via søgefelt, anbefalede videoer eller videoer, som venner har fortalt om?"
 - "Ved du, at YouTube ser meget forskellig ud fra person til person – ved du også hvorfor?"

Hot lige nu

"Hot lige nu" er en liste, som YouTube laver. De videoer, der er på listen, har typisk på meget kort tid fået mange visninger eller delinger. Det kan der være mange grunde til. Videoerne kan fx være provokerende, skøre eller overraskende. Man ved ikke, hvordan listen er bygget op, men det er ikke en neutral liste, der kun er lavet på baggrund af antal visninger.

- Aktivitet**
- Kig på "Hot lige nu" sammen med dit barn, og tal om, hvilke videoer der er spændende eller overraskende.
 - Tal om, hvilke typer af youtubevideoer, I tror, det er (se side 7 om typer af youtubevideoer).
 - Se en video sammen fra "Hot lige nu" eller en, dit barn vælger. Fx kan I streame den på jeres tv, hvis I har mulighed for det.

Søgning på YouTube

YouTube er bygget op omkring en søgemaskine. Det, du klikker på, *likes* og søger på i Google-ejede produkter som YouTube, Google og Chrome, kan have indflydelse på det søgeresultat, du får på YouTube. Andre ting kan også have indflydelse. Hvis YouTube vil fremhæve indhold, kommer det først. Hvis man får forslag til mange videoer om et emne, man ikke interesserer sig for, kan man prøve at:

- Fjerne enkelte sete videoer under "Historik" ved at holde musen hen over de enkelte videoer og klikke på krydset.
- Fjerne alle sete videoer under "Historik" ved at klikke på "Ryd hele afspilningshistorikken".
- På samme måde kan man også fjerne enkelte søgeord eller hele historikken under "Søgehistorik".

TAL OM

Det er en god idé at tage en snak om, at ikke alt, hvad man ser på YouTube, er sandt.

- Kan det være rigtigt, at youtubere har råd til så mange dyre ting, kan leve en hel dag af mælkesnitter eller opholde sig i 24 timer på en luftmadras i en pool.
- Måske dit barn kan nævne et eksempel på en video, hvor noget i videoen virkede for godt til at være sandt.
- Det kan samtidig være en god anledning til at tale om hvorvidt nogle af de ting, barnet ønsker sig, er set i en youtubevideo. Tal også om, hvordan influencere tjener penge, se fx figuren her:



Typisk foregår det sådan, at: 1. En virksomhed sender et produkt og/eller penge til 2. en influencer. Influenceren viser produktet til 3. dig og sine andre følgere. Du køber måske 4. produktet, og på den måde tjener både virksomheden og influenceren penge.

HVAD GØR DU HVIS

Dit barn selv vil være youtuber?

Børn kan have et ønske om selv at have en youtubekanal. Det kan komme af et ønske om at lege med udtryk, genrer og virkemidler. For nogen vil legen være fin i sig selv, og den handler måske mest af alt om at forestille sig og tilrettelægge videoerne, fx sammen med en ven – eller dig.

Hvis dit barn gerne vil optage videoer og lægge dem på YouTube, så sæt indstillingen til "Privat" under synlighed. Så er det kun dem, der får linket, som kan se den. Måske kan I sende den eller vise den til en bedsteforælder?

Hvis dit barn ønsker at offentliggøre videoen, så test, om dit barn er parat, ved at sige, at man skal kunne vise videoen til en tilfældig person i supermarkedet. Dit barn er ikke klar til at lægge videoen offentligt ud på internettet, før det vil det. Det er din opgave som forælder at gøre dit barn bevidst om, hvad det betyder at slå noget op i den store digitale offentlighed. I skal selvfølgelig også sammen overveje, om indholdet overhovedet er egnet til det – i sidste ende er det dig som forælder, der bestemmer.

Sørg for at have en god dialog med dit barn, så du ved, hvad dit barn deler. Husk også, at "internettet aldrig glemmer", så det, der bliver lagt ud offentligt, vil i princippet altid kunne findes frem. Det kan også blive gemt og kopieret af andre, uden de har spurgt om lov.

IDENTITET PÅ YOUTUBE

På internettet kan man fremstille sig selv på bestemte måder, spejle sig i andre og deltage i forskellige *interessefællesskaber*. Man kan se YouTube og andre digitale medier som et mødested, hvor børn og især unge søger svar på spørgsmål som: "Hvem er jeg, hvor passer jeg ind, hvad skal jeg med mit liv?". At følge bestemte youtubere er i dag en del af mange børn og unges måde at udvikle identitet og holdninger.



Ask me anything!

Et eksempel på børn og unges måde at danne identitet digitalt er formatet 'Spørg mig om alt', som man også finder i forskellige former på YouTube. Youtuberen giver mulighed for, at følgerne kan spørge om, ja, alt: fra kærester til holdninger til spil, alkohol og energidrikke. Svarene og måden, youtuberen svarer på, er med til at definere, hvem han eller hun er som person. Men det er også med til at påvirke de trofaste følgere og deres overvejelser om egen identitet.

De større børn og unge vil typisk være godt hjemme på YouTube. På YouTube kan man finde videoer med en holdning til nærmest alt. Man vil kunne finde nogen, der ligner en selv, som man kan spejle sig i. Men den utroligt store mængde af videoer gør også, at man let kan ende på et sidespor.

Hvis du ikke allerede er i gang, er det vigtigt, at du gør en indsats for at tale med dit barn om vaner, indhold og oplevelser på YouTube.



TAL OM

Start her: En god start på at få en naturlig samtale om YouTube er, hvis du selv ser en række youtubevideoer. På den måde viser du interesse – og det er et godt sted at starte en god dialog.

- Prøv at se, om du kan finde mindst tre videoer om et emne, du interesserer dig for. Fortæl barnet/den unge, at du har set videoerne.
- Fortæl også, hvis det gav dig en positiv oplevelse af YouTube som informations-, underholdnings- eller læringskanal.

SPØRG SÅDAN

Ligesom det kan være svært at svare på "Hvad har du lavet i skolen i dag?", kan det være svært at svare på "Hvad har du set på YouTube i dag?". Det kan være, du i stedet skal spørge ind til noget konkret. Hvis du ved, dit barn interesserer sig for et emne – fx musik – så spørg:

- "Har du set nogen videoer om musik for nylig?"
- "Hvem laver videoer om musik, er der en, du vil vise mig?"
- "Kender du nogen youtubere, der kunne være noget for mig at følge?"

Internetopdragelse – lær om kildekritik

Nu er det et godt tidspunkt at lære dit barn eller teenager noget om kildekritik. Måske du har hørt om *algoritmen*, der præsenterer os for indhold, der ligner det, vi allerede har set.

Men det er ikke det samme som, at det sikrer dit barn mod indhold, der er langt fra dine eller jeres holdninger. Holdninger spredes hurtigt på YouTube, bl.a. fordi skæve og provokerende udtalelser giver mange kommentarer og delinger via det, man kalder *reaction*-videoer (se under typer af youtubevideoer).

Der findes flere eksempler på youtubere, der på overfladen ser ud til bare at spille onlinespil eller giver tips til fitness. Men en stor del af det, de taler om i videoerne, er holdninger omkring fx køn og etnicitet. Det er altid en god idé at forholde sig reflekteret og kritisk over for de ting, man ser på YouTube, hvor der jo ikke på samme måde som i traditionelle medier er en redaktør, der står til ansvar for indholdet.

Aktivitet: Find fx videoen 'Lever et sundt liv i 30 dage' på Morten Münsters kanal. Se den sammen, eller aftal at se den hver for sig.

Prøv sammen at overveje:

- Hvem er Morten Münster?
- Hvad er hans holdning til emnet, og hvorfor har han lavet videoen?
- Hvilke oplysninger giver han om emnet?
- Er han troværdig, kan man stole på, at han ved noget om emnet?

De samme spørgsmål kan være gode at stille til videoer med reklamebudskaber.



Digitale fodspor

Hver gang dit barn søger på noget, klikker på noget eller afspiller en video på YouTube, er det med til at forfine barnets digitale profil. Man siger, at man efterlader "digitale fodspor". Den profil er med til at styre, hvilke reklamer dit barn ser både på YouTube og andre hjemmesider, fx i form af bannerreklamer.

HVAD GØR DU HVIS

Dit barn ser indhold, der bekymrer dig

Nogle unge følger kanaler, hvor tonen kan være rigtig grov og til tider hadefuld. Det at følge en kanal med stærke udtryk og meninger kan give en følelse af et stærkt tilhørsforhold til et fællesskab. Det kan for nogle børn være decideret skadeligt. Nogle børn er mere påvirkelige eller sårbare end andre. Hvis man som forælder er bekymret for, om ens barn er på vej ind i et problematisk miljø online, er der nogle ting, man kan holde øje med:

- Sker der store ændringer i den unges adfærd eller den måde, han eller hun taler på?
- Trækker han eller hun sig fra sociale sammenhænge?

Hvis du er bekymret, så prøv uden fordømmelse at spørge ind til, hvad det er for en type kanaler, dit barn følger. Gør det klart, at du er med på, at online-livet er en vigtig del af hans eller hendes liv, og det derfor er naturligt for dig at vide, hvad der foregår.

TJEKLISTE TIL YOUTUBE I FAMILIER

Her er et par konkrete ting, I kan gøre i jeres familie for at få en god dialog om YouTube. Husk at inddrag dig selv som forælder, og fortæl, hvordan du eventuelt selv bruger YouTube.



Læs et par afsnit i denne folder, og tag den frem igen om noget tid, når dit barns tilgang til YouTube måske har forandret sig.



Find en sjov youtubevideo sammen med dit barn, og se den sammen en dag, I skal hygge jer – fx på jeres tv, hvis I kan det.



Tal om, at ikke alt, man ser på YouTube, er sandt. Prøv at spørge dit barn, om det har set en video, hvor der skete noget, der virkede lidt for godt til at være sandt.



Slå "Autoplay"-funktionen fra på alle smartphones, tablets og pc'er. På den måde tilvælger I i højere grad selv, hvilket indhold I ser.



Tal om, at når der står "reklame" under eller i starten af en youtube-video, så er det, fordi en virksomhed gerne vil fortælle om sit produkt og håber, at vi vil købe det.



Find sammen ud af, hvordan man anmelder videoer og kommentarer, der ikke lever op til *community guidelines* (se side 13). Hvis du finder "Rapportér"-knappen, så klik på den, og kig på, hvilke grunde der kan være til, at indhold bliver fjernet. ● ● ●

Find mere hjælp og viden

Medierådet har fokus på børn og unges digitale liv og dannelse og har blandt andet udgivet materialer til forældre. Herunder **'Digital genial'** med aktiviteter til forældremødet og forældreguiden **'Der er så meget forældre ikke forstår'** med gode råd til forældre om 7-12-åriges onlineliv.

Læs mere om YouTube

Se mere info om børn, unge og YouTube, og find en digital version af denne folder på medieraadet.dk/youtube

Bestil denne folder gratis på medieraadsinfo@dfi.dk

Udgiver

Medierådet for Børn og Unge

1. udgave, september 2020

Design

Sara Hammelev Krogsgaard



Medfinansieret af Den Europæiske
Unions Connecting Europe-facilitetet

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**

**TALER DU MED
DIT BARN OM
YOUTUBE?**