



Dette møter barna på YouTube

Metoderapport Dataskup 2026

NRK Graveredaksjonen sørøst

Innsendere

Ingrid Ciakudia-Moxnes

ingrid.ciakudia-moxnes@nrk.no

Henrik Bøe

henrik.boe@nrk.no

Caroline Utti

caroline.utti@nrk.no

Sunniva Steen Tellesbø

sunntelle@gmail.com

Ingrid Skjellevik (praktikant)

ingrid.skjellevik.innselset@gmail.com

Per Øyvind Fange (reportasjeleder)

per.oyvind.fange@nrk.no

Rina Therese Blekkerud (redaktør)

rina.therese.blekkerud@nrk.no

Publiseringer

Nettvideo som hovedpublisering:

Dette møter barna på YouTube: — Jeg får mareritt

https://www.nrk.no/video/dette-moter-barna-paa-youtube--jeg-faar-mareritt_b4fef17d-ba73-4225-b96f-1e8cf24de941

Nettartikler:

Hva foreslår YouTube for barna? Vi sjekket algoritmene

<https://www.nrk.no/vestfoldogtelemark/slik-sjekket-vi-youtubes-algoritmer-for-hva-de-foreslar-for-barn-1.17820650>

Sjokkert over videoene barn ser på YouTube: — Det sniker seg gjennom

<https://www.nrk.no/vestfoldogtelemark/advarer-om-youtube-videoer--kan-vaere-skadelig-1.17831727>

YouTube oversvømmes av KI-søppel: — Det morbide selger

<https://www.nrk.no/vestfoldogtelemark/flere-youtube-videoer-er-ki-genererte--na-forteller-cesar-torrealba-hvordan-han-jobber-1.17822353>

Takk til

Medietilsynet, Leif Gunnar Vestbøstad Vik (Barnevakten), Rune Christoffer Holm (NRK), Thomas Nikolai Blekeli (NRK), Jeremy Carrasco (showtools.ai)

Innhold

Innhold.....	2
Innledning.....	1
To spor.....	1
Teknisk undersøkelse.....	2
Å få roboten til å gå undercover.....	2
Utvalg av søkeord.....	3
Oppsett av kategorier.....	3
Del 1 av testen.....	4
KI til utsiling av uproblematisk videoer.....	5
Manuell gjennomgang.....	5
Del 2 av testen.....	6
Ny manuell gjennomgang.....	7
Resultater.....	7
Intervju med barn.....	8
Vurderinger underveis:.....	8
Intervju og kontakt med Google/YouTube:.....	9
Etikk.....	10
Konsekvenser.....	10

Innledning

Hva ser egentlig barn på YouTube, og hva prøver videogiganten å få dem til å se? Det ville vi finne ut av i dette prosjektet.

Ideen oppstod først for flere år siden, etter at Henrik, en av journalistene i redaksjonen, oppdaget at det han syntes var rare og ekle videoer dukket opp i YouTube-feeden til sine egne barn. Tanken ble imidlertid liggende i bakhodet helt til han så en video fra kontoen @showtoolsai på Instagram. Denne viste hva YouTube's algoritmer foreslo at man skulle se videre etter å ha sett på barnesangkanalen Cocomelon i en time.

Forslagene bestod av KI-genererte skrekvideoer, gråtende barn og mobbing. Alt servert som anbefalinger etter kun å ha sett på videoer beregnet for småbarn. Henrik ble nysgjerrig og gjorde den samme testen selv. Han åpnet incognito mode på nettleseren så YouTube ikke hadde søkehistorikk, søkte opp cocomelon og så på det i en time. Deretter sjekket han forsiden for å se hvilke videoer YouTube nå prøvde å friste ham med.

Der fant han blant annet en KI-generert video av en mor og et barn, der moren forgiftes, gradvis råtner og forvandles til et skjelett mens barnet gråter. Det var også en video av en utro mammakatt som ble banket av en pappakatt.

Dette åpnet for mange spørsmål: Leder YouTube's algoritmer barn til lignende videoer når de ser norsk barneinnhold? Ser faktisk norske barn på dette? Og hvor stort er omfanget?

Hele 8 av 10 barn bruker YouTube, viser tall fra Medietilsynet, noe vi mente underbygget viktigheten av å gjøre en grundig undersøkelse av innholdet barn blir eksponert for. Vi kom fram til en idé om å bruke en lignende metode som i testen, men i mye større omfang, for å finne ut hva YouTube foreslår for norske barn.

Hypotesen vi jobbet etter var:

YouTubes algoritmer fører barn fra uskyldig barneinnhold til skadelig innhold, ofte AI-generert, mens selskapet unnlater å hindre at det skjer.

To spor

Før vi satte i gang en stor undersøkelse, var det viktig for oss å ta en stikkprøve på om det er vanlig at barn faktisk ser innhold som ligner det vi fant. Derfor besøkte vi en barneskole og en barnehage. Vi snakket med de eldste barna i barnehagen, i tillegg til 1.- og 2.-klassinger, om hva de ser på YouTube. Vi utdyper metoden vi

brukte da vi snakket med barna senere i rapporten, men i hovedsak handlet det om å få barna til å fortelle uten at vi viste dem eller beskrev videoene vi hadde sett.

Vi skjønte raskt at barna hadde sett mye av det samme som oss. Flere beskrev hendelsesforløp som stemte med voldelige videoer vi allerede hadde sett. Vi bestemte oss dermed for å gå videre med en stor teknisk undersøkelse av hva YouTube foreslår for barna. I tillegg ville vi snakke med flere barn for å få et bedre inntrykk av hvordan virkeligheten ser ut.

Derfor har saken to spor: En teknisk undersøkelse av YouTubes forslag når man ser barneinnhold og intervjuer med mer enn 50 barn. Vi bruker mest plass på den tekniske undersøkelsen siden dette er en metoderapport for Data-Skup, men begge sporene ble like viktige for saken vi endte opp med.

Vi tok også et litt uvanlig valg for undersøkende prosjekter i NRK: Vi bestemte oss for at hovedproduktet skulle være en nettvideo. Vi ville se barna fortelle med egne ord om hva de hadde sett. Videoformatet ga oss samtidig mulighet til å vise korte klipp fra videoene undersøkelsen handlet om, og vi mente derfor at dette var riktig format for saken.

Teknisk undersøkelse

Målet med undersøkelsen var å finne ut om den enkle testen vi allerede hadde gjort var symptomatisk for hva vi kom til å finne, eller om det ville endre seg med ulike søkeord og flere tester. Derfor ville vi gå bredt ut og gjøre *mange* tester. Vi endte til slutt på 50 tester og 10 søkeord. 5 tester med hvert søkeord.

Å få roboten til å gå undercover

Det første hinderet dukket opp med en gang. Vi ønsket jo å automatisere testene slik at de ble gjort likt hver gang. Da trengte vi å bruke kode til å automatisere en nettleser. Problemet var at YouTube er god til å detektere slik automatisering, og selve premisset for testene våre var at YouTube skulle oppfatte oss som en vanlig bruker. Hvis vi ikke klarte det, ville hele undersøkelsen bli ugyldig.

Vi brukte programmeringsspråket Python og rammeverket Playwright til å automatisere nettleseren. Vi gjorde flere tiltak for å få roboten til å virke mer menneskelig:

- Med standardinnstillingene forteller Playwright at den automatiserer nettleseren ved å bruke det usynlige stampelet «webdriver». Vi brukte en teknikk som fjernet dette stampelet før YouTube fikk lastet siden.
- Vi la inn et script som kamuflerte maskinens tekniske fotavtrykk og slo av innebygde funksjoner som avslører at nettleseren styres automatisk.

- Vi simulerte menneskelig atferd i hvordan vi ba Playwright styre nettleseren. Blant annet la vi inn tilfeldige pauser underveis.
- Vi brukte unike IP-adresser for hver av de 50 testene, for å unngå at testene skulle påvirke hverandre. Vi brukte norske «residential proxy»-servere.

Utvalg av søkeord

For at undersøkelsen vår skulle gjenspeile virkeligheten, var det viktig for oss å velge ut søkeord barn faktisk bruker. Flere i redaksjonen har barn og et inntrykk av hva som er populært på YouTube, men vi ville gå mer systematisk til verks. Derfor sjekket vi Google Trends. Der kan man finne en liste over de mest brukte søkeordene i Norge i forskjellige tidsperioder.

Vi tok utgangspunkt i toppsøkene det siste året. Så sorterte vi ut søkeordene som handlet om barneinnhold. Deretter gikk vi gjennom dem, og gjorde en subjektiv vurdering på hvilke vi ville ha med.

Topplisten domineres av internasjonale merkevarer. Vi ville også teste norske søkeord, og tok derfor også med de mest populære søkeordene for norskprodusert innhold. I tillegg tok vi med to norske søkeord som ikke var på noen toppliste for å undersøke om søkeordenes popularitet har noe å si for resultatene.

Vi endte opp med disse ti søkeordene: **barnesanger, bluey, cocomelon, eventyr, peppa pig, mario, minecraft, sabeltann, vennebyen og badebussen.**

Oppsett av kategorier

Vi trengte noen tydelige parametre for å kunne måle resultatene fra testene, og bestemte oss for å kategorisere videoene. Med kategorier ville vi kunne si noe om hvilke typer videoer som ble foreslått når vi brukte de forskjellige søkeordene.

I en tidlig fase av prosjektet kom vi opp med en fargemodell. Vi skrev ned ulike kriterier for fire forskjellige farger:

- Grønn: Trygt innhold som tydelig er produsert for barn.
- Gul: Innhold som ikke er skadelig for barn, men som ikke er laget spesifikt for barn.
- Oransje: Innhold tilsynelatende laget kun for å generere visninger. Clickbait, støy, kaos og lav kvalitet.
- Rød: Innhold som bryter med trygghetsfølelsen, er skremmende, voldelig eller seksualisert.

Vi forkastet imidlertid denne kategoriseringen fordi vi følte den ble for lite konkret. Vi så at det til tider var stor forskjell på hva journalistene i prosjektet vurderte som

«røde» eller «oransje» videoer, og fryktet at en slik kategorisering ville føre til for subjektive resultater.

I stedet stilte vi oss to spørsmål: Hva slags videoer hadde dukket opp i den røde kategorien hittil, altså videoene som vi subjektivt mente var upassende for barn. Og hva sier ekspertene? Medietilsynet har ansvar for at filmer og tv-serier får riktige aldersgrenser, og de har konkrete kriterier og vurderinger for hva de mener kan være skadelig for barn. Etter en samtale med dem og en gjennomlesning av kriteriene de bruker, kom vi fram til følgende kategorier:

- Vold: Visuell vold, for eksempel slag, spark, ulykker med realistisk skade eller blod og gjør.
- Skrekk: Skrekk-elementer, «jump scares», monstre, uhyggelig stemning.
- Seksuelle antydninger: Barnefigurer framstilt på en seksualisert måte, hint til avkledning, seksualisert dans.
- Tydelig kroppsfokus: «Fat shaming», slanking, nærbilder av kroppsdeler.

Vi lagde et dokument med en detaljert beskrivelse for hva som skulle med i de forskjellige kategoriene for å gjøre kategoriseringen enklest mulig.

Del 1 av testen

Med søkeordene på plass, kunne vi starte del 1 av testen. Vi hadde laget et system i Python som automatiserte mesteparten av testen. Vi skrev ned hvilke søkeord som skulle brukes og hvilke proxy-servere som skulle brukes for hvert søkeord. Resten gikk automatisk.

For hvert av søkeordene, ble en ny nettleserøkt med dedikert proxy startet. Dette skjedde i hver økt:

- Det ble verifisert at proxyen fungerte. Hvis det var problemer ble dette søkeordet hoppet over, og måtte da gjentas i en senere runde.
- Videoopptak av nettleserfanen med Playwrights innebygde opptaksfunksjon ble startet.
- Nettleseren navigerte til «youtube.com» og godtok bruk av informasjonskapsler for å aktivere YouTube-loggen.
- Det aktuelle søkeordet ble skrevet inn, og det ble trykket på «søk»-knappen.
- Den første foreslåtte videoen ble identifisert og klikket på.
- Videoen, og eventuelle videoer som automatisk startet å spille etter denne, stod på i til sammen 20 minutter.
- YouTube-logoen ble trykket på for å gå tilbake til forsiden.
- Alle URL-er til foreslåtte YouTube-videoer ble scrapet fra forsiden, og det ble tatt skjermdump for dokumentasjon.
- Siden ble oppdatert for å fange opp variasjoner i forslag.

- Alle URL-er ble scrapet igjen.
- Siden ble oppdatert igjen.
- URL-er ble scrapet en siste gang.
- Alle URL-er og metadata om økten (blant annet hvilken IP-adresse som er brukt, så vi ikke brukte samme IP til flere tester) til en lokal MongoDB-database.

KI til utsiling av uproblematiske videoer

Både de enkle testene vi hadde gjort på forhånd og research vi hadde gjort pekte på at de «verste» videoene som ble foreslått ofte var YouTube Shorts-videoer, altså høydevideoformatet på YouTube som ligner på TikTok. Dette er dessuten et format som brukes mye av barn. Vi bestemte oss derfor tidlig i prosjektet for å avgrense undersøkelsen vår til disse videoene.

Vi satt igjen med en liste på rundt 30 YouTube Shorts-lenker for hvert av søkeordene. Siden vi skulle gjøre til sammen 50 slike testrunder, brukte vi kunstig intelligens til å redusere antall videoer vi måtte gå gjennom manuelt.

Igjen lagde vi et Python-script som automatiserte jobben:

- Videoer ble lastet ned ved bruk av verktøyet YT-DLP.
- Vi sendte videoene til Googles Gemini-API for analyse. For å gjøre prosessen effektiv, kjørte vi forespørslene asynkront, slik at scriptet slapp å vente på én og én video, og i stedet kunne analysere flere videoer parallelt.
- KI-modellen vurderte om videoen inneholdt vold, skrekk, seksuelle antydninger eller tydelig kroppsfokus. Med vilje ba vi den om å ha lav terskel for å identifisere kategoriene. Hensikten var kun å sile ut videoene som var mest barnevennlige slik at vi ikke brukte unødvendig tid på å gå gjennom dem.
- Videoene der KI-modellen ikke fant noe som helst tegn til upassende innhold for barn, ble sortert ut. Da vi satte opp systemet, gjennomførte vi manuelle stikkprøver for å verifisere at filteret fungerte som det skulle. Vi kan ikke garantere at KI-modellen aldri tok feil, men dersom den sorterte bort en problematisk video, hadde det kun ført til et mer konservativt anslag. Vi visste med andre ord at omfanget vi presenterte i hvert fall ikke var overdrevet.
- Deretter eksporterte scriptet et regneark med URL-er og metadata for videoene som stod igjen.

Manuell gjennomgang

Etter at scriptet hadde gått gjennom alle søkeordene, satt vi igjen med et regneark med 50-80 videolenker (antallet varierte). Dette var altså YouTube Shorts-videoene som var foreslått etter den første testen, minus de mest uskyldige videoene som KI hadde filtrert ut.

Fire journalister bidro i den manuelle gjennomgangen. Vi fordelte videoer mellom oss, og brukte følgende fremgangsmåte:

- Vi så gjennom hele videoen.
- Deretter vurderte vi om den passet inn i en av kategoriene «vold», «skrekk», «seksuelle antydninger» eller «tydelig kroppsfokus».
- Dersom vi ikke mente den hørte hjemme i noen av disse kategoriene, kategoriserte vi den som «annet».
- Dersom vi var usikre, markerte vi det.
- Til slutt tok vi en gjennomgang sammen med videoene der vi var usikre på kategoriseringen.

Video-URL	Tittel	Manuell kategori
https://www.youtube.com/watch?v=qv6If #Trend		Skrekk ▼
https://www.youtube.com/watch?v=49HU TOP 5 FUNNIEST WATERSLIDE SORA AI		Kropp ▼
https://www.youtube.com/watch?v=36ATi #edit		Annet ▼
https://www.youtube.com/watch?v=HrHn the PROPER way to make Buldak 🤔		Annet ▼

Del 2 av testen

Etter den manuelle gjennomgangen, startet del 2 av testen. Nå var målet å finne ut hva som ville skje dersom vi hadde trykket og sett på en av videoene som havnet i en av kategoriene.

Vi valgte ut én video for hver av testene der vi hadde funnet videoer i en av disse kategoriene. På samme måte som i del 1 automatiserte systemet vårt prosessen for alle søkeordene.

For hvert søkeord skjedde dette:

- En ny sesjon med informasjonskapsler fra første del av testen ble startet, med dedikert proxy. Dette for at nettstedet skulle behandle oss som om vi fortsatte den opprinnelige sesjonen.
- Nettleseren navigerte til «youtube.com». Dette ble først og fremst gjort for å forsikre oss om at oppsettet vårt med informasjonskapsler fungerte og at testen fortsatte der del 1 slapp. Dette kunne valideres ved at vi nå ikke kom til en tom YouTube-side og at forslagene på forsiden lignet forslagene fra del 1.
- URL-en til YouTube Shorts-videoen vi hadde valgt ble åpnet.
- Videoen fikk spille tre ganger for å vise at vi var interessert i den.
- Det ble sveipet videre gjennom 20 videoer i YouTube Shorts-feeden, for å se hva som ble foreslått umiddelbart etter videoen.
- YouTube-logoen ble trykket på for å gå tilbake til forsiden.

- Alle URL-er til foreslåtte YouTube-videoer ble scrapet fra forsiden, og det ble tatt skjermdump for dokumentasjon.
- Nettsiden ble oppdatert for å fange opp variasjoner i forslag.
- Alle URL-er ble scrapet igjen.
- Siden ble oppdatert igjen.
- URL-er ble scrapet en siste gang.
- Alle URL-er og metadata om økten (blant annet hvilken IP-adresse som er brukt, så vi ikke brukte samme IP til flere tester) til en lokal MongoDB-database.

I denne delen av testen var det viktig å holde tungen rett i munnen. Vi måtte sørge for at det for YouTube så ut som en fortsettelse av del 1, og vi måtte unngå at testene «forurenses» hverandre. Vi løste dette ved å hente opp igjen informasjonskapslene som ble lagret etter den første delen. Dette ble gjort individuelt for hver av testene. I tillegg sørget vi for at ingen av testene brukte samme IP-adresse. Videoopptak og skjermdumper gjorde det enkelt å ettergå testene.

Ny manuell gjennomgang

På samme måte som etter del 1 av testen, brukte vi KI til å sile ut de minst problematiske videoene. Deretter fikk vi eksportert et regneark som vi brukte til den manuelle gjennomgangen. Den ble gjennomført på samme måte som i del 1, men det var vesentlig flere videoer å gå gjennom manuelt i del 2 på grunn av at færre ble regnet som uskyldige. Regnearket ble på godt over 100 URL-er.

Etter første runde med alle søkeordene var 10 av 50 tester gjennomført. Det gjenstod altså 4 runder.

Resultater

Hovedfunnet etter disse undersøkelsene er at man nesten alltid får foreslått YouTube Shorts-videoer med vold, skrekk, seksuelle antydninger eller tydelig kroppsfokus etter å ha sett på barneinnhold i 20 minutter:

- I 92 prosent av testene dukket det opp en eller flere videoer som hørte hjemme i disse kategoriene.
- Gjennomsnittlig inneholdt 18 prosent av YouTube Shorts-forslagene vold, skrekk, seksuelle antydninger eller tydelig kroppsfokus.
- I del 2 dukket det opp en eller flere videoer som hørte hjemme i disse kategoriene i alle testene.
- 34 prosent av Shorts-forslagene i del 2 inneholdt vold, skrekk, seksuelle antydninger eller tydelig kroppsfokus.

Intervju med barn

De tekniske testene gir svar på hva YouTube foreslår når vi ser på bestemte videoer, men de svarer ikke direkte på om norske barn faktisk ser på disse videoene. Høsten 2025 tok vi derfor kontakt med flere skoler og barnehager for å komme i kontakt med barn som kunne fortelle om hva de har sett på YouTube.

Vi bestemte oss for at målgruppen skulle være barn i 1. og 2. klasse, og de eldste barna i barnehagen. Vi ønsket å møte barn på skoler og i barnehager fordi det er en viktig møteplass for barn fra forskjellige bakgrunner. Vi sendte mail og ringte til skoler og barnehager i vårt område.

Etter mye avslag kom vi endelig i kontakt med skoler og barnehager som ville ha oss på besøk. Vi fikk beskjed om å sende et skriv som skolene kunne dele med foreldre, og vi utformet dermed et samtykkeskjema.

I dokumentet skrev vi bakgrunnsinformasjon om prosjektet, hvordan vi planla å gjennomføre intervjuene, hvor innholdet skulle bli publisert og at foreldrene skulle få lov til å se gjennom før publisering. Foreldrene som ønsket at barnet deres skulle delta, signerte dokumentet. Da fikk vi god oversikt over hvem som hadde tillatelse til å være med. Vi var åpne om at det i første omgang kun var prøveopptak, så det var ingen garanti for at det kom til å bli brukt.

Vi var på flere prøveopptak høsten 2025 og satt i gang med ordentlig opptak på nyåret. Vi lagde spørsmål på forhånd og stilte noen oppfølgingsspørsmål. Vi fortalte barna at vi ønsket å snakke med dem om hva de liker å gjøre på skolen, hjemme og om YouTube.

Flere av barna fortalte at de ikke bruker YouTube, bruker det mye, bruker det litt eller at foreldrene har slettet YouTube fra nettbrett eller mobil.

Vurderinger underveis:

Vi hadde på forhånd valgt ut bilder av karakter som ofte hadde dukket opp i våre tidlige tester. Vi bestemte oss tidlig for å ikke vise barna noe som inneholdt vold, skrekk eller noe som kunne gjøre dem redde. Og at vi skulle stille dem nøytrale spørsmål. Hvis barna sa de hadde sett karakterene på bildene, stilte vi dem spørsmål rundt dette. Hvis de sa nei, gikk vi videre til neste karakter. Flere av barna ga detaljerte beskrivelser av hva de hadde sett og dermed kunne vi gjenkjenne noe av det de fortalte, da vi hadde sett flere av videoene i våre tester.

Da vi viste dem bildene, bekreftet flere at de hadde sett mange av videoene som dukket opp i våre tester. Flere av barna kunne uoppfordret gjenfortelle handlingen

i videoer som hadde dukket opp i våre tester. Dette bekreftet vår hypotese om at barn får opp disse videoene.

Skolene vi brukte i nettvideoen var Labakken skole i Færder kommune og Ytre Enebakk skole i Enebakk kommune.

Vi besøkte fire skoler og en barnehage. Til sammen snakket vi med over 50 barn. Vi besøkte Sinsen skole, Barkåker barnehage, Sem skole, Ytre Enebakk skole og Labakken skole.

Intervju og kontakt med Google/YouTube:

Helt i begynnelsen av prosjektet bestemte vi oss for å ta kontakt med YouTube. Vi var interesserte i å få vite hva YouTube mente om problemstillingen, og hvorfor videogiganten foreslo denne type videoer når vi så på barneinnhold.

Derfor opprettet vi kontakt med Sondre Ronander, kommunikasjonssjef i Google Norge, i oktober 2025. I desember hadde vi et digitalt møte med ham og talsperson for YouTube, Ciaran Ward. Da hadde de på forhånd fått vite litt om hva prosjektet vårt gikk ut på og hvilke undersøkelser vi ønsket å sette i gang. Vi hadde også delt noen av videoene vi hadde funnet i våre første tester. Målet med samtalen var å opprette kontakt med Google, få svar på hva de tenker og gjør angående disse type videoene på YouTube.

Da YouTube fikk vite om prosjektet vårt, fjernet de flere av kontoene og videoene vi hadde delt med dem. Men det fantes likevel kontoer som enten hadde lignende eller samme video, og vi skulle gjøre flere tester. Så dette var ikke ødeleggende for vårt prosjekt.

I februar fikk vi igjen kontakt med YouTube. Vi ønsket å avtale et intervju som vi ønsket at skulle være en del av nettvideoen. Siden Sondre Ronander var utilgjengelig i en periode, fikk vi kontakt med kommunikasjonssjefen for Google Danmark. Intervjuet ble utført 13. mars 2026. Under intervjuet la Vangkilde stor vekt på at brukeren i våre tester ikke var innlogget og at videoene vi sendte eksempler på ikke var tilgjengelig for innloggede barn under 15 år.

Derfor satte vi i gang en ny test der vi fikk sjekket hvor mange av videoene vi klassifiserte som vold, skrekk, seksuelle antydninger eller tydelig kroppsfokus, som fortsatt var tilgjengelige dersom man var logget inn med den strengeste aldersbegrensningen (9+) på vanlig YouTube.

Vi svarte Vangkilde at: «Vi finner at mer enn halvparten, 53 prosent av videoene, er tilgjengelige også for en innlogget barnebruker. 38 prosent er utilgjengelige pga. restriksjoner, mens 9 prosent av videoene ikke ligger ute lenger». Vi stilte

spørsmål om hva YouTube tenker om at så mange av videoene vi fant i undersøkelsen var tilgjengelig når man var innlogget på en barnekonto. Da fikk vi et nytt skriftlig svar fra dem som vi brukte i sin helhet i videoen.

Etikk

Vi gjorde flere vurderinger underveis som handlet om hvordan vi skulle intervju små barn om hva de har sett på YouTube og hvilke videoer vi viste i nettvideoen. Det gikk blant annet ut på hva vi skulle vise dem og ikke. Vi kom frem til at vi kun skulle vise bilder og ikke noe som oppleves ubehagelig eller utrygt.

Det var viktig for oss å ikke gi barna noen føringer, både med tanke på hva vi viste dem og hvilke spørsmål vi stilte. Da var vi sikre på at svarene deres ikke var påvirket av oss.

I nettvideoen brukte vi flere av YouTube-videoene som hadde dukket opp i våre tester. Vi måtte forsikre oss om at vi kunne bruke disse videoene. Derfor ble det gjort en presseetisk vurdering knyttet til bruken av andres videomateriale fra YouTube.

Vi vurderte det slik at bruken av andres YouTube-videoer falt inn under [sitatretten](#) og [dagshendingsregelen](#). Formålet var å gi seerne mulighet til å se selv hva saken gjaldt. Vi brukte kun korte utdrag og krediterte videoskaperne, og valgte å sladre brukernavnene på kontoene vi hentet innhold fra. Eventuelle inntektskutt som følge av stengte YouTube-kontoer, ble ansett som en direkte konsekvens av regelbruddene vi avdekket, ikke av vår sitatbruk.

Vi hadde på forhånd avtalt at foreldrene skulle få se nettvideoen før den ble publisert. Vi tok kontakt med alle foreldrene som hadde samtykket til at deres barn kunne være med.

Konsekvenser

- Etter publisering kom det inn flere reaksjoner fra politikere fra alle de største partiene. Det var flere som ville slenge seg på debatten, både på eget initiativ og som følge av våre henvendelser.
- Like etter publiseringen, foreslo regjeringen 16-årsgrense på sosiale medier. Det var uklart om YouTube var omfattet av dette, men på spørsmål fra oss bekreftet de at YouTube skulle være en del av forbudet.
- Foreldre har fortalt at de har blitt langt mer bevisste på barnas YouTube-bruk.
- Psykolog Reidar Hjermann sendte nettvideoen til alle barnehager i Tønsberg kommune i forkant av et digitalt foreldremøte.
- YouTube fjernet en rekke videoer.