

Forbrukerrådets innspill til skjermbrukutvalget

Forbrukerrådet viser til [Skjermbrukutvalgets mandat](#) skjermbrukutvalgets mandat om å se på konsekvenser av barn og unges skjermbruk og foreslå tiltak.

Som utvalget slår fast, er barn og unges hverdag gjennomdigitalisert og digitaliseringen medfører mange muligheter. Samtidig bringer digitaliseringen utvilsomt også en rekke utfordringer, og vi vil i dette innspillet peke på flere av de uheldige konsekvensene som oppstår og hvordan disse bør møtes.

Hovedpunktene i Forbrukerrådets innspill er:

- Digitaliseringen innebærer et massivt kommersielt press på barn, inkludert på skolens enheter og i tjenester elever bruker i undervisningen
- En viktig årsak til utfordringer med barns skjermbruk er teknologiselskapenes forretningsmodell der det gjelder å holde lengst mulig på brukernes oppmerksomhet for å kunne vise reklame og/ eller samle inn opplysninger for å målrette budskap og reklame.
- Barn utsettes for et enormt reklametrykk på digitale flater. Det er essensielt at dagens regelverk håndheves, slik at barn får den beskyttelsen de har krav på. Dette gjelder også forbud mot reklame i skolen og på skolens enheter.
- Barn er sårbare for avhengighetsskapende teknologi. Dette bør løses både med grunninnstillinger som ivaretar barns beste og regelverk som regulerer bruken av disse mekanismene.
- Kunstig intelligens medfører både nye utfordringer og akselererer gamle. Det må inntas en føre-var-tilnærming ved bruk av denne type teknologi, ikke minst i skolen.

Forbrukerrådet publiserte i september et posisjonsnotat¹ som utdyper forslagene vi nå oversender utvalget.

Vi stiller oss selvsagt til disposisjon for å diskutere problemstillingene ytterligere med utvalget.

Bakenforliggende årsak

Den bakenforliggende årsaken til det massive kommersielle presset på barn i digitale flater, er teknologiselskapenes forretningsmodell som baserer seg på å holde på barnas oppmerksomhet lengst mulig, for å kunne vise annonser eller finne ut mer om deres ønsker og behov, slik at man kan personalisere reklame og andre budskap. For å holde på barns oppmerksomhet bruker teknologiselskaper metoder som fører til at barn eksponeres for ekstremt innhold og som

¹ <https://storage02.forbrukerradet.no/media/2023/09/posisjonsnotat-barns-digitale-hverdag.pdf>



spiller på usikkerhet og behov for bekreftelse². Design som gjør det krevende å koble av, såkalte avhengighetsskapende mekanismer (kjente eksempler er 'snapstreaks', påminnelser og endeløs skrolling) gjør det dessuten vanskelig å skru av.

Man kommer derfor ikke utenom å se på teknologiselskapenes forretningsmodeller og praksis, for å forstå og løse utfordringer knyttet til barns skjermbruk. Det er avgjørende å ikke skyve byrden over på foreldre og barn, men å i stedet holde de profesjonelle aktørene ansvarlig.

Utfordringer vi vil peke på knyttet til skjermbruk blant barn:

1) Reklametrykk og personvernbrudd

Forbrukerrådet ser et enormt reklametrykk på digitale flater rettet mot barn og i tjenester som treffer barn. Dette skjer ofte i strid med gjeldende lovverk, men uten at dette håndheves eller at håndhevingen ikke har avskrekkende effekter.

Barn er mer påvirkelige enn voksne, og har for eksempel vanskeligere for å skille mellom reklame og andre budskap. Derfor må barn ha sterkere beskyttelse mot markedsføring. Flere av lovbestemmelsene og retningslinjene som skal beskytte barn mot markedsføring forutsetter at markedsføringen er rettet mot dem. Dagens digitale hverdag krever imidlertid at barn beskyttes bedre mot markedsføring som *treffer dem*.

Løsninger, som også er i tråd med personvernkomisjonens anbefalinger:

- Sikre effektiv og avskrekkende håndheving av regelverket overfor næringsdrivende som bryter barns rettigheter på nett.
- Sikre at personvern ivaretas og at barn ikke utsettes for reklame på skolens enheter og i tjenester elevene benytter som del av undervisningen.
- Et nasjonalt testsenter som skal kvalitetssikre tjenester som skoleelever trygt kan benytte med tanke på reklame og personvern.

2) Avhengighetsskapende mekanismer og grunninnstillinger

I oktober 2023 publiserte indremarkeds- og forbrukerkomiteen i Europaparlamentet (IMCO) en rapport der de ber om forbud mot avhengighetsskapende mekanismer, introduserer en digital rett til å ikke bli forstyrret, samt presenterer en liste av gode designpraksiser. De slår dessuten fast at unge mennesker er mest sårbare for avhengighetsskapende teknologi.³

Unge skjermbruk bør ikke sees i et vakuum – når sosial interaksjon foregår i digitale flater betyr det at barn og unge må være «til stede» digitalt for å ikke havne utenfor sosialt. Når stadig flere

² Se for eksempel Frances Haugen sine avsløringer om Meta <https://www.theguardian.com/technology/2021/oct/05/facebook-harms-children-damaging-democracy-claims-whistleblower> og US General Surgeon sin rapport om sosiale medier og ungdoms mentale helse: <https://www.hhs.gov/surgeongeneral/priorities/youth-mental-health/social-media/index.html>

³ <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20231023IPR08161/new-eu-rules-needed-to-make-digital-platforms-less-addictive>



aktiviteter både i skolen og på fritiden flyttes over i digitale flater øker dermed den sosiale kostnaden ved å logge av.⁴

Bransjen hevder å legge til rette for valgmulighet, tidsstyring, sikkerhet og personvern ved at brukere kan justere på innstillingene. Selskapene vet godt at svært få forbrukere skrur til slike innstillinger, og at grunninnstilling (default) derfor er et svært kraftfullt verktøy. Å sette seg inn i hva de ulike innstillingene innebærer, krever mye tid og kompetanse som de færreste av oss – inkludert barn – innehar.

Løsninger:

- Kreve grunninnstillinger som ivaretar blant annet søvn og personvern på enheter og i tjenester som treffer barn.
- Stanse avhengighetsskapende mekanismer i tjenester som treffer barn gjennom oppdatering av lov, forskrift og/ eller tilsynspraksis.

3) **Bruk av kunstig intelligens**

Tjenester basert på kunstig intelligens brukes allerede av barn og unge i både skolen og på fritiden, og forventes å rulles ut på mange nye områder i årene som kommer. Sosiale medieplattformer som Snapchat har rullet ut «virtuelle venner» som bygger på kunstig intelligens, som også treffer barn og unge brukere.

Såkalt generativ kunstig intelligens (som f.eks. ChatGPT) har kommet på markedet i et hurtig tempo, og blir tatt i bruk uten at det foreligger grundige risikovurderinger og eller en kunnskapsbasert tilnærming. Forbrukerrådet har tidligere pekt på at teknologien medfører en rekke problemstillinger knyttet til blant annet makt, diskriminering, feilinformasjon og klimautslipp. Når teknologien tas i bruk av barn er det særlige utfordringer.

For eksempel kan menneskeligjøring av kunstig intelligens gjennom såkalte «virtuelle KI-venner» føre til at barn utvikler emosjonelle relasjoner til systemene. Det kan bidra til å holde barna på plattformen og kan styrke potensialet for personvernutfordringer, avhengighet og manipulasjon.

Løsninger:

- Innta en føre-var-tilnærming ved bruk av kunstig intelligens og annen ny teknologi i skolen og i samfunnet for øvrig.
- Forbud mot menneskeligjøring av kunstig intelligens i tjenester som treffer barn.

⁴ <https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/GMKn00/full-forvirring-om-barn-og-sosiale-medier>