

Forebyggelse af ungdomskriminalitet

OPSAMLING

Unges adfærd på de sociale medier



Workshopdagen "For real?" for kommuner, 1.6.2017 i Vejle

Opsamlingsmaterialet

Formål

Her opridses viden og praksis omkring unges adfærd på de sociale medier.

Læs kort om aktuel dansk forskning i unges brug af de sociale medier, billeddeling og mobning.

Dyk ned i lokale problemstillinger og dansk udviklet praksis, og reflekter over tilgangenes styrker og svagheder i forhold til jeres kommunale kontekst.

Materialet kan bruges til at få, dele, genopfriske, formidle og drøfte viden og praksis, som I finder relevant, med fx samarbejdspartnere og ledere.

- God fornøjelse

Indhold

1. Workshoprækken ----- 3
2. Workshopdagens emne ----- 4
3. **Billeddeling** ----- 5
v/ lektor Malene Larsen, Aalborg Uni
4. **Digital mobning** ----- 11
v/ lektor Jette Kofoed, Aarhus Uni
5. **Salg af stoffer via nettet** ----- 16
v/ Hanne Stevens, Politiet
6. **Lytter unge til voksne?** ----- 21
v/ Marianne Pihl, Red Barnet samt Pernille Ø. Skovsted, Gentofte
7. **"Dit liv på nettet"** ----- 27
v/ Bjarne Jensen, Aalborg
8. Litteratur om børns mediebrug --- 31



Workshoprækken

”Forebyggelse af ungdomskriminalitet”

Målsætning

- **Skabe et tværkommunalt forum** med fælles interesse for forebyggelse af ungdomskriminalitet og relaterede underemner.
- **Bygge bro** mellem forskning og praksis og erfaringsudveksle.
- **Inspirere** til nye perspektiver og tiltag – eller til at styrke nuværende – når og hvor det er relevant i kommunens kontekst.

Tilgang

- Fokus på **både problemstillinger og præventive tiltag**
- Gennem oplæg og aktiverende workshops, som:
 1. Gør **viden og erfaringer tilgængelige**
 2. Skaber rum for gensidig **refleksion og erfaringsudveksling.**
- **Opsamlingsmaterialer** forfattes til videndeling og senere brug:
dkr.dk/unge/forebyggelse-i-kommunerne



Workshopdagens emne:

Unges adfærd på de sociale medier

Viden om virkningsfulde indsatser på området er sparsom

- Der foretages generelt ikke tilstrækkeligt med evalueringer.
- En evalueret, lovende udenlandsk indsats kan være vanskelig at indføre i Danmark pga. forskellige sprog, systemer og dagsordener. Der ses høje krav til tid og ressourcer, få kommuner synes at afsætte.
- International forskning viser, at selv om en indsats lykkes med at give deltagerne ny viden, er det ikke sikkert, de også ændrer adfærd.

Baggrundsviden og inspiration til praksis

- Dette materiales udvalg af indsatser skal ses som eksempler på, hvad man er lykkedes med at udvikle – og ikke som en facitliste.
- Emnet er aktuelt grundet den massive brug af mobiltelefon og sociale medier blandt børn og unge, som giver muligheder og risici:
 - ❖ Deling af billeder kan være strafbart¹
 - ❖ Mobning kan øge risiko for kriminalitet og for depression²
 - ❖ Ulovligt salg og køb er blevet lettere.

1. <https://redbarnet.dk/skole/sikkerchat/lovgivning/>

2. http://www.crim.cam.ac.uk/people/academic_research/maria_ttofi/pub16.pdf

Billeddeling på de sociale medier – Hvordan og hvorfor?

Lektor Malene Charlotte Larsen

Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet



Sociale medier - et omdiskuteret begreb

- "Sociale medier" bliver brugt som en paraplybetegnelse for flere forskellige underkategorier, fx sociale netværkssider (Facebook), fotodelingsapplikationer (Snapchat) og blogs.
- Nogle forskere siger, alle medier er sociale – mens andre mener, sociale medier egentlig ikke er "medier".
- Det "sociale" består i, de kan skabe løbende kontakt og samhørighed mellem brugere, og indhold skabes i fællesskab.

Udviklingen i brugen

- Fra stationær til mere mobil internetbrug
- Fra offentlig til mere privat kommunikation
- Fra teksttung til mere visuel kommunikation
- Kommunikationen går hurtigere og er mere flygtig.
- Forskellige platforme bruges med forskellige mål for øje, og man kan ikke dele det samme. Nye opstår og gamle får nye optioner.
- 88 % 15-18-årige brugte i 2016 tre el. flere sociale medier.
- 3 % brugte ikke nogen (Kilde: Danmarks Statistik 2016; også næste side).





15-18-åriges sociale mediebrug

- Facebook (Messenger) bruges til at lave aftaler og koordinere i hverdagen. Man kan se, hvornår de andre er online (ved grøn prik •)
- 86 % er på Facebook flere gange dagligt.
- Facebook bliver et katalog til at "huske dem, man kender".
- Facebooks algoritmer bestemmer, hvad man ser. Opslag er ikke længere kronologiske, men "big business" → kan overse vens opslag!
- Snapchat bruges som et intimt frirum, af 67 % flere gange dagligt.
- Instagram bruges poleret som "ansigtet udadtil", af knap 50 %



Fotodeling på de sociale medier

- Fotodeling er blevet en rutinemæssig handling. Vi "tænker" i fotos.
- Der deles jævnligt fotos på farten, lige efter de er blevet taget, med hyppige udvekslinger mellem afsender og modtager.
- Man kan analytisk skelne, at fotos deles med varierende intentioner:
 1. For at fortælle en historie om noget – f.eks. via ferie billeder.
 2. For at sige noget med billedet – for dets egen visuelle kvalitet.
 3. For at være i kontakt, uanset fotoet – vedligeholde venskaber.



Snapchat

- Hvor Facebook ses som et meget offentligt rum, hvor man over for de mange skal performe en officiel identitet, giver appen Snapchat et mere privat rum, hvor unge føler, de kan være sig selv.
- Foto/video deles flygtigt i ml. 1-10 sekunder med udvalgte andre eller er tilgængelig i 24 timer (MyStory).
- Der kan laves screenshots, så modtager bevarer fotos alligevel!
- Der kan benyttes sjove og skævvridende filtre.
- Billeder har kun relevans i situationen – "her og nu".
- Snapchat er det, der minder mest om face2face-kommunikation, og opfattes som mere intimt og sjovere end andre sociale medier.
- Typisk deles selfies, fotos af mad, aktiviteter, frække el. "grimme" fotos, fx af dobbelthager el. på toilettet. – Fotos, unge kun vil dele her.
- At udveksle måske "lige gyldige" ting bliver vigtigt for den sociale relation og for at holde venskaber ved lige.



Hvornår overskrides grænsen?

- At turde sende grimme billeder af sig selv til en ven eller fx frække billeder til en kæreste er en tillidserklæring, fordi det viser, man stoler på, billedet ikke kommer videre.
- Instagram benyttes i st.f. velovervejnet til at vise succes og det pæne.
- Ændres relationen, er der en risiko for, billeder alligevel spredes.
- Oftest nævner unge det, at modtage nøgenbilleder og dickpics, som ubehagelige oplevelser, de har haft på Snapchat (Kofoed og Larsen 2016).

Nyt socialt medie og tendenser

- "Jodel" har vaskebjørnssymbol og fungerer ud fra brugernes placering: Hhv. under 1 km., under 2 eller under 10 km. væk.
- "Alt kan deles" for det er anonymt. Fx junkfood lovprises åbent.
- Brugere modererer og kan vurdere det delte positivt eller negativt.
- Jodel bruges bl.a. med Snapchat til deling af flygtige nøgenfotos.
- Man kan ikke følge brugere over tid eller koble de givne udsagn.
- Flygtighed og hastighed – og potentiel sårbarhed – intensiveres.





Kontakt Malene

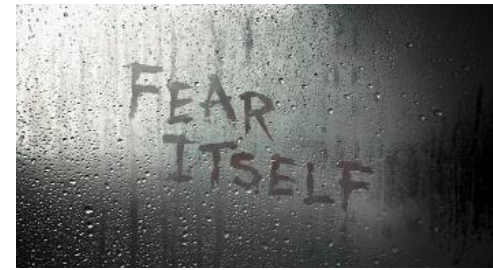
- **E-mail:** malenel@hum.aau.dk
- **Profil:** [http://vbn.aau.dk/da/persons/malene-charlotte-larsen\(cc0033d3-6794-4e0c-b451-939e05f9a1ee\).html](http://vbn.aau.dk/da/persons/malene-charlotte-larsen(cc0033d3-6794-4e0c-b451-939e05f9a1ee).html)

Udvalgt nyere litteratur

- Johansen, S.L., Larsen, M.C., & Ernst, M.J. (2016), **"Young Children (0-8) and Digital Technology"** http://www.aau.dk/digitalAssets/201/201213_national-report_2015_denmark_proofread-2-.pdf
- Kofoed, J. & Larsen, M.C. (2016), **"A snap of intimacy: Photo-sharing practices among young people on social media"**, *First Monday*, Volume 21, No. 11, 7 th of Nov. 2016.
- Larsen, M.C. & Kofoed, J. (2015), **"Snip snap snude – dobbelthagerne er ude: Analyse: Hvorfor hitter Snapchat?"**, *Kommunikationsforum*, 8. april 2015

Digital mobning – hvem, hvad og hvornår?

Lektor Jette Kofoed,
Institut for Pædagogik og Uddannelse,
Aarhus Universitet



Mobning

- Mobning kan forstås på forskellig vis. Bl.a. som komplekse sociale processer, som skal ses i forhold til den specifikke kontekst.
- Mobning kan betragtes som et symptom på et psykosocialt skolemiljø, som ikke fungerer.
- Elever skubbes ud af et skole- el. klassefællesskab, de har ret til.
- Der kan opstå et højt angstniveau, hvor elever frygter, positionerne i klassen skifter, og de selv vil blive udsat for mobning næste gang.
- Mobning kan altså ikke alene forklares ud fra individers persontræk.
- Mobbesager er ofte rodede, tvetydige og foranderlige. Det er tit for enkelt at tænke udelukkende i et "offer" og "den, der mobber".
- Mobning kan bestå i hadegrupper, anklager, fake profiler, tilsvininger, uønskede seksuelle invitationer, hemmelighedstyveri og uønskede vurderinger af udseende og livshistorier.
- Digital mobning er det samme som mobning – plus noget mere.



Digital mobning

- Forskningsfeltet bør udvides fra sms til også at rumme billeddeling.
- Ofte er mobning blevet defineret som noget "gentagende", men...
- Billed-/videodeling indebærer tit flere platforme og flere unge end dem, som konkret er involveret. Det udgør også en form for "gentagelser". Billeder deles måske en gang, men de forbliver der.
- Den digitale kommunikation er spændt ud mellem ekstreme kærlighedserklæringer – og ekstreme eksklusioner.



Kendetegn ved digital mobning

- Det er umuligt at slippe helt væk. Offentligheden online er "uendelig". Det eksponeres til "alverden" døgnet rundt.
- Afsender kan være anonym. Er der mon én eller mange?
- Et "du" angribes typisk af et "vi", som udtaler sig fra et fællesskab, der udelukker dette "du".
- Teknologi blander sig i og kan accentuere ekskluderende processer.





Digital mobning – nu med Snapchat

- Nøgenbilleder når vidt omkring. Der findes "revenge porn sites".
- En særlig tillid og intimitet i en relation på et tidspunkt har gjort intern deling af uperfekte eller intime billeder mulig. Relationen kan vende, og billederne videresendes, hvorved tilliden brydes.
- Uskyldige familie billeder kan også blive seksualiseret i delingen.
- Billeder tekstliggøres og angiver en stemning, fx et humør, en invitation – eller en trussel.
- Nogle børn og unge bruger svært gennemsikkelige symboler, når de deler billeder og skaber mindre flatterende historier om andre.

Mobnings konsekvenser

- Børn, der mobbes, er mere syge end andre børn.
- Mobning sætter sine spor i psyke og krop.
- Der er brug for omtanke og omsorg fra omgivelserne for at støtte børnene – og for at afhjælpe frygtssomme skolemiljøer.





Kontakt Jette

- **E-mail:** jeko@edu.au.dk
- **Profil:** [http://pure.au.dk/portal/da/persons/jette-kofoed\(641b3779-e4ce-4fb4-86c9-a92ce25dab77\).html](http://pure.au.dk/portal/da/persons/jette-kofoed(641b3779-e4ce-4fb4-86c9-a92ce25dab77).html)

Udvalgt nyere litteratur

- Kofoed, J. & Larsen, M.C. (2016),
"A snap of intimacy: Photo-sharing practices among young people on social media", *First Monday*, Vol. 21, No. 11, 7th nov.
- Larsen, M.C. & Kofoed, J. (2015),
"Snip snap snude – dobbelthagerne er ude: Analyse: Hvorfor hitter Snapchat?", *Kommunikationsforum*, 8. april 2015

Projekt

"Interfaces, Affects, Events", tværdisciplinært forskningsprojekt, 2015-18. Ser på billeddeling ift. mobning:

[http://pure.au.dk/portal/da/projects/affects-interfaces-events\(6019b7c1-5591-47f6-a548-7e326cad323b\).html](http://pure.au.dk/portal/da/projects/affects-interfaces-events(6019b7c1-5591-47f6-a548-7e326cad323b).html)

Ulovligt salg via nettet – undersøgelse med stoffer via Facebook

Senioranalytiker og ph.d. Hanne Stevens

Østjyllands Politi – tidl. Nordjyllands Politi

Ulovligt salg via nettet

- Traditionelt bliver stoffer solgt på åbne (fx parker) og lukkede markeder (fx lejligheder/klubber), hvor kunden skal være bekendt med disse lokaliteter.
- Stoffer bliver i dag også solgt på nettet og via sociale medier som bl.a. Facebook.
- Salgsopslag i Facebook-grupper med stoffer og telefonnummer muliggør fleksibel salg og levering af stoffer i forhold til tid og sted.
- Salg af stoffer via nettet og de sociale medier giver mulighed for at tilkøbe stoffer uden at skulle bevæge sig til de fysiske markeder, hvor stofferne traditionelt bliver solgt og dermed også uden risikoen ved at skulle bevæge sig offentligt med stofferne på sig.

Salg af stoffer via Facebook

- Nordjyllands Politi bemærker ændringer i metoderne for salg af stoffer på gadeplan
- I løbet af 1½ mdr. i 2015 bliver der indsamlet systematisk viden om salg af stoffer på Facebook.
- Data indsamles via efterretninger fra specialpatruljen og borgertips, hvor grupperne dokumenteres med: Navn på gruppen, gruppens status som "hemmelig", "lukket" el. "offentlig", antal medlemmer og seneste aktivitet.
- I perioden bliver der dokumenteret 34 grupper i Nordjylland, mens specialpatruljen havde kendskab til yderligere 17 grupper, der ikke blev dokumenteret i studiet.
- Samlet var der 15796 medlemmer i de 34 dokumenterede grupper. Det er dog ukendt, hvor mange, der er medlemmer af flere grupper.

Gruppetørrelse	Antal grupper
Over 1000 medlemmer	3
500-1000 medlemmer	9
100-500 medlemmer	15
Under 100 medlemmer	7
I alt	34

Langt størstedelen af grupperne var aktive og havde haft aktivitet inden for timer eller minutter ved politiets dokumentation af gruppens eksistens.

Geografisk dækning:

Flere af grupperne var aktive i Aalborg, men dækkede et større areal med levering af stoffer 24/7.

- Hele Nordjylland med tråde til resten af DK
- Store grupper med stor geografisk rækkevidde
- Små grupper til lokalsamfundet

Salg af stoffer via Facebook – fortsat

Stoffer:

- Alle grupperne solgte cannabisprodukter, mens mere end halvdelen også solgte pulver som kokain, amfetamin og MDMA.
- Fokus i studiet var salg af stoffer på Facebook, men der var også eksempler på salg af doping, receptmedicin, ulovligt fyrværkeri, våben og hælervarer.

Gruppestatus og reklame på Facebook:

- Størstedelen af grupperne havde status af "hemmelig", hvilket betyder, at kun medlemmer af grupperne kan se gruppens navn, medlemmer og indhold.
- Dog var der eksempler på grupper, der lavede opslag i andre offentlige grupper, hvor der var flere tusinde medlemmer. På denne måde blev opslagene synlige for Facebook-brugere, der ikke havde vist aktiv interesse i de ulovlige rusmidler.

Sælger:

- Profilerne, der reklamerer og sælger stoffer i grupperne via opslag, anvender ikke deres rigtige navn, men aliasser. Ofte vil der være personer sammen om en profil, således at forretningen med stofferne kunne forløbe 24/7.

Køber:

- Det er ikke muligt at beskrive køberne af stoffer på de dokumenterede Facebook-grupper, da køberne ikke er systematisk afdækket med undersøgelsen.



Refleksion

Oplever I denne problemstilling lokalt hos jer?

- Oplever I salg og køb af ulovlige varer via de sociale medier og internettet?
- Hvordan kan I tilegne jer et billede af den lokale problemstilling?

Hvordan kan I og jeres samarbejdspartnere arbejde forebyggende med ulovligt salg/køb?

- Hvad er jeres rolle og fokus?
- Hvem er de relevante samarbejdspartnere, og hvad er deres rolle og fokus?
- Hvordan kan samarbejdet fungere, og hvad er målet for forebyggelsen?
- Har I allerede eksisterende greb og tilgange, I kan anvende på problemstillingen?
- Er der behov for at tænke i nye greb og tiltag?

Kontakt:

Hanne Stevens, hst010@politi.dk, Østjyllands Politi

Litteratur:

Stevens, Hanne (2016), "Social media as a platform for Crime" Se s. 440 →
[http://vbn.aau.dk/files/242186519/Report NSfK Research Seminar 2016 FINAL.pdf](http://vbn.aau.dk/files/242186519/Report_NSfK_Research_Seminar_2016_FINAL.pdf)

Lytter unge til voksne? Om voksne og unges roller i forebyggelsen

Seniorrådgiver Marianne Pihl,
Red Barnet

SSP-leder Pernille Ødegaard Skovsted,
Gentofte Kommune

Red Barnets tilgang

Målsætning: Beskytte børn fra vold og overgreb online

Forebyggelse og rådgivning i forhold til:

- Chikane og konflikter og mobning
- Deling af intime billeder og film
- Grooming og seksuelle overgreb.

Tilgange og målgrupper:

- Viden og værktøjer til fagpersoner – undervisningsforløb
- Vejledning til forældre – foldere, dialogguide, gode råd og viden
- Inddragelse af børn og unge – ungepanel, faghæfter og hjælp
- Resiliens – give børn viden til at mærke grænser og viden om, hvor hjælpen er.

Se Sikker Chat: <https://redbarnet.dk/skole/sikkerchat/>



Hvorfor er vokseninvolvering vigtig?

- Alvorlige situationer inden for børn og unges oplevelser og adfærd online skal kunne samles op – med en voksens evner.
- Det er væsentligt at kunne gennemskue og rumme kompleksiteten i de sociale samspil online.
- Det er væsentligt, at det er en voksen, som kan være en mere overbevisende autoritet i forhold til holdningsdannelse.
- Personlige grænser er et hovedtema inden for området.
- Dialog kræver derfor social modenhed, som kun voksne formår.

Kontakt:

Marianne Pihl
mp@redbarnet.dk

Gentoftes Digitale Ungekorps – ung til ung

Baggrund for indsatsen

- Et stigende antal henvendelser fra børn og unge og deres forældre og til politiet ang. digitale krænkelser og mobning samt en større sag.
- Kommunen laver en ny ungepolitik.
- Det er opfattelsen, at unge har andre medievaner og en anden forståelse for og aktuel føling med dem end voksne. Det kan styrke deres formidlingsevne og appel i øjenhøjde til andre yngre unge.

Indsatsen

- 25 unge fra 1.g.-klasser skal lægge op til dialog og refleksion i 8. kl.
- De unge uddannes i 2 dage og gøres til gode rollemodeller. De lærer om sociale medier og rustes til at undervise peer-to-peer.
- De unge medvirker selv til at udarbejde programmet for indsatsen.
- 4 tovholdere fra gymnasierne og 2 projektledere fra forvaltningen.
- 1-2 fra korpset besøger alle 8. klasser i kommunen inden uge 42.



Pointer og erfaringer hidtil

- Ung-til-ung er et supplement til en voksentilgang. Ikke en erstatning.
- Tilgangen benyttes inden for fx sundhedsområdet. Der mangler dokumenteret effekt af tilgangen. Gentofte ser relevans inden for unge og sociale medier, som voksne har et mindre kendskab til.
- De unge i korpset er måske bedre til at levere budskabet, fordi de yngre unge ser op til dem. Ungekorpset oplever, de bedre kan grine med de unge; de har samme jargon og skaber debat uden "sandheder".
- Ungekorpset erfarer, lærerne er bedre til at skabe ro i klassen.
- Ofte underviser de unge alene, for at eleverne kan tale mere frit – og henter læreren til opsamlingen til slut, så han/hun kan bygge videre.
- Hvis der er god kemi mellem klassen og læreren, bliver læreren evt. i klassen.
- Læreren og ungekorpset kan komplementere hinanden – de unge underviser, mens læreren bevarer roen.
- Der laves i Gentofte en før-eftermåling om 8.klassernes bevidsthed om digital dannelse hos den enkelte elev med "Det digitale kompetencehjul".

Kontakt: Pernille Ø. Skovsted, pede@gentofte.dk



Drøft jeres metodiske tilgang

- Hvad er jeres overvejelser om metode, når I laver forebyggende og intervenserende indsatser omkring børn og unges online-liv?

Herunder:

- Hvilke problemstillinger? Set fra flere sider og kilder, over tid?
- I hvilke væsentlige kontekster og arenaer?
- Over for hvilke målgrupper?
- Med hvilke målsætninger?
- Hvordan gør I det bedst? I et tværfagligt samarbejde?
- På baggrund af hvilke eksisterende erfaringer og aktuelle faglige og økonomiske ressourcer?
- Hvordan kan I tænke evaluering ind fra starten?

Dit liv på nettet

Læringsmateriale til 2., 4., 6. og 8. klassesetrin

SSP-konsulent Bjarne Jensen

Skoleforvaltningen,
Aalborg Kommune

Dit Liv på Nettet – læringsmateriale til elever og forældre

Dit Liv på Nettet er et læringsmateriale til elever i 2., 4., 6., og 8. klasse og deres forældre. Materialet er udviklet i et samarbejde mellem SSP-samarbejdet i Aalborg Kommune og Center for Digital Pædagogik.

Formål med materialet:

- at styrke skoleelevers digitale dannelse ved at styrke deres etiske filter og give dem varig refleksion over deres online-identitet
- at gøre forældre opmærksomme på de unges digitale liv og bidrage med at give dem et rum, hvor de kan dele erfaringer og bekymringer

Indhold:

- læringsmaterialet indeholder emner som eksempelvis: net-etik, digital mobning, deling af nøgenbilleder, digitale fodspor, privatliv og digital stress

Materialet består af:

- tre Prezi-præsentationer med cases, øvelser, billed- og videomateriale
- en skriftlig manual/guide til hver præsentation, der gennemgår de mest relevante digitale udfordringer
- øvelser inspireret af social pejling, hvor eleverne skal tage stilling til netetiske påstande og dilemmaer

Dit Liv på Nettet (fortsat)

Anvendelse:

- Materialet er tænkt som et minimum og kan derfor med fordel suppleres med andet materiale og gæstelærere, f.eks. den lokale SSP-betjent, pædagoger fra fritidscentrene, forældre eller andre med viden på området
- Forældrene får materialet gennemgået af en person fra skolen (helst skolens SSP-person) i forbindelse med et forældremøde, hvor der efterfølgende gives tid og rum til en drøftelse af deres rolle
- Materialet kan anvendes i forbindelse med en temadag og/eller flere temadage
- Det er en god ide, at det er en eller få gennemgående personer, f.eks. SSP-medarbejderen, der underviser i materialet
- En opdatering må påregnes efter en periode på cirka halvandet år. Indenfor denne periode kan der være behov for justeringer, hvis der mødes nye digitale trivselsudfordringer
- Der kan forekomme tekniske problemer

Virkning/erfaringer:

- Materialet er ikke effektevalueret. Der foreligger derfor ikke viden om, hvorvidt der er effekter af materialet.
- Aalborg Kommunes erfaringer er, at et flertal af eleverne er begejstret for læringsmaterialet.
- Brugere mener, at materialet er let at anvende, at det behandler aktuelle emner, at det rammer der, hvor elevernes sociale færden foregår, og at der er visse elementer i materialet, der hurtigt kan blive uaktuelt og miste relevans

Økonomi/ressourcer:

- Materialet har i alt kostet: 117.700 kr.

Dit Liv på Nettet (fortsat)

Kontakt:

Bjarne Jensen, SSP- og Forebyggelseskonsulent,
Skoleforvaltningen, Aalborg Kommune

Telefon: 93 52 00 71

Mail: bjen-skole@aalborg.dk

Litteratur om børn og unges mediebrug

- **Det digitale liv blandt elever på mellemtrinnet (2016)**, En tendensundersøgelse for UNICEF Danmark (dec. 2016), Center for Rummelighed: <http://rummelighed.org/digitale-liv-blandt-elever-paa-mellemtrinnet/>
- **Mediebrug blandt børn og unge**
En hjemmeside med mange informative henvisninger hos Danmarks Statistik. Rul ned, og der linkes til flere forskellige undersøgelser ang. børn og unge fra bl.a. Danmarks Statistik, Medierådet for børn og unge, Børnerådet samt Skolebørnsundersøgelsen:
<http://www.dst.dk/da/informationsservice/oss/mediebrug>
- **Ungeprofilundersøgelsen – elektronisk spørgeskema til 7.-9. klasser**
<http://www.ssp-samraadet.dk/media/1326/16-%C3%A9n-undersogelse-om-unge-i-danmark-2016.pdf>
Rummer spørgsmål om bl.a. deling af seksuelle billeder (s.19 i piloten fra 2015)
<https://www.skolesundhed.dk/Files/CMS/Ungeprofilunders%C3%B8gelsen%202015.pdf> Spørgeskemaet er siden udbygget med nærmere spørgsmål ang. digital adfærd, herunder billeddeling uden samtykke samt kriminalitet via nettet. Rapporter om 2016 er fremstillet i visse kommuner. – *Er din kommune med?*