

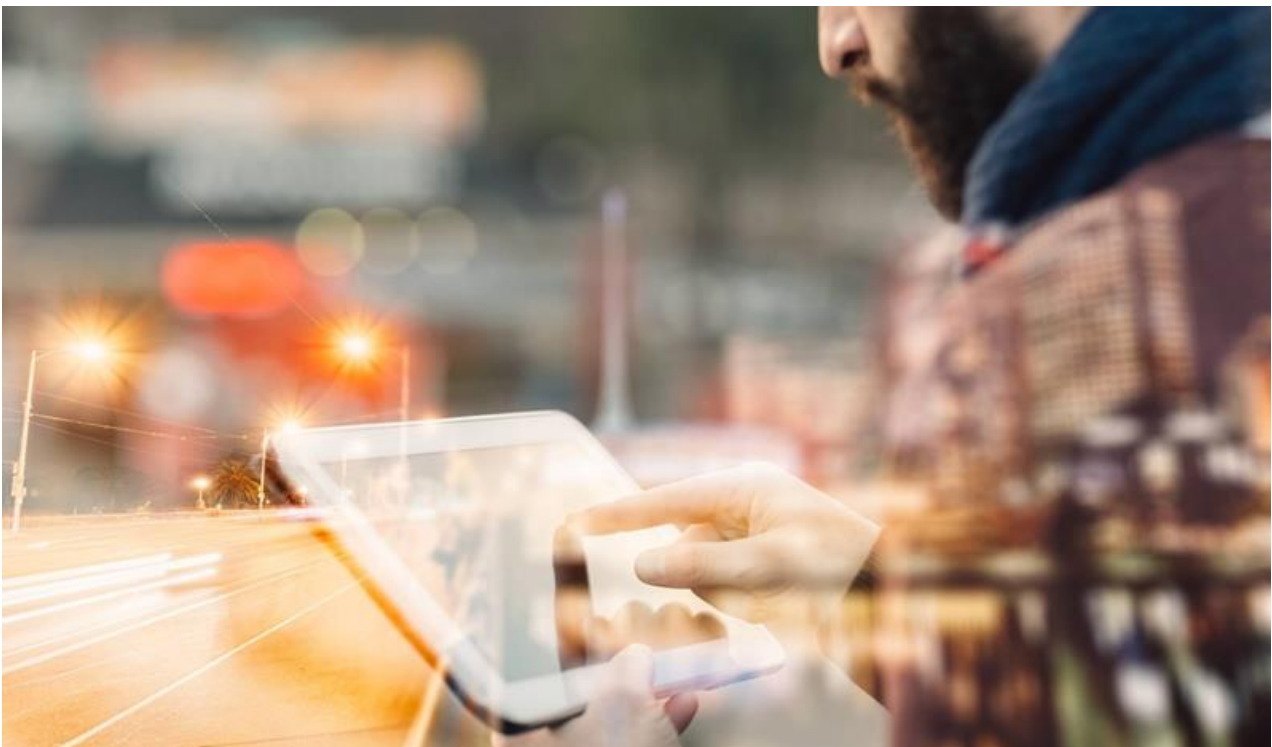
Beregnet til
Integrerings- og mangfoldsdirektoratet

Dokument type
Rapport Del 1

Dato
Mai 2022

INFORMASJONSTILTAK OM NEGATIV SOSIAL KONTROLL OG ÆRESRELATERT VOLD

RAPPORT DEL 1



INFORMASJONSTILTAK OM NEGATIV SOSIAL KONTROLL OG ÆRESRELATERT VOLD RAPPORT DEL 1

Oppdragsnavn **Informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold**
Mottaker **Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi)**
Dokument type **Rapport Del 1**
Versjon **2**
Dato **19.05.22**
Utført av **Rambøll Management Consulting**

Rambøll
Harbitzalléen 5
Postboks 427 Skøyen
0213 Oslo

T +47 22 51 80 00
<https://no.ramboll.com>

INNHALDSFORTEGNELSE

1.	Sammendrag	2
1.1	Formålet med oppdraget og rapporten	2
1.2	Metoder for datainnsamling og analyse	2
1.3	Innsikt fra datainnsamling	2
1.4	Vurderinger og anbefalinger	5
2.	Formålet med oppdraget og rapporten	6
2.1	Bakgrunn og kontekst for undersøkelsen	7
3.	Metoder for datainnsamling og analyse	12
3.1	Referansegruppe	13
3.2	Dokumentsøk	13
3.3	Intervjuer med nøkkelaktører	14
3.4	Brukerinvolvering – fokusgrupper med ungdom og foresatte	15
3.5	Gjennomgang av eksisterende forskning	15
3.6	Analyse	16
4.	Innsikt om eksisterende informasjonstiltak	19
4.1	Erfaringer og funn fra dokumentsøk	19
4.2	Hva vet vi om effekt av informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold	26
4.3	Analyse av et utvalg informasjonstiltak	33
5.	Innsikt om forvaltning og frivillige organisasjoners vurdering av eksisterende informasjonstiltak og behov fremover	45
5.1	Målgruppe for eksisterende informasjonstiltak	45
5.2	Hvordan jobber de ulike aktørene med informasjonstiltak	47
5.3	Vurdering av hva som mangler av informasjonstiltak og forbedringsområder	49
5.4	Utvikling de siste fem årene	51
5.5	Viktig å tenke på i den videre utviklingen av informasjonstiltak	51
5.6	Analyser av trafikkdata fra nettsider som informerer om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold	53
6.	Innsikt om målgruppens vurderinger rundt informasjon og kommunikasjon	56
6.1	Innsikt fra fokusgruppe 1 med ungdom	56
6.2	Innsikt fra fokusgruppe 2 med ungdom	59
6.3	Innsikt fra fokusgruppe 1 med foresatte	63
6.4	Innsikt fra samtale 2 med foresatteperspektivet	65
7.	Vurdering og anbefalinger	67
7.1	Utvikle kanalstrategier til unge basert på brukerbehov	67
7.2	Utvikle informasjon og kanalstrategi rettet mot foresatte	71
7.3	Mobilisere hjelpemålgrupper	73
7.4	Bevissthet rundt hvilke målgrupper informasjonstiltaket skal nå	74
7.5	Behov for å redefinere begrepsbruk	75
8.	Plan for Del 2	77
8.1	Kreativ prosess for utvikling av informasjonstiltak i Del 2	77
8.2	Sentrale aktiviteter	79

1. SAMMENDRAG

1.1 Formålet med oppdraget og rapporten

Rambøll Management Consulting (heretter Rambøll) har på oppdrag for Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi) kartlagt eksisterende informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold rettet mot målgruppene foresatte og unge (12-18 år). Kartleggingen er avgrenset til å gjelde informasjonstiltak som finnes i dag og fem år tilbake i tid, og som er produsert i en norsk kontekst.

Vi har analysert et utvalg eksisterende informasjonstiltak med utgangspunkt i ulike parametere som formidling kan vurderes ut fra. Vi har videre undersøkt hva nøkkelaktører fra forvaltningen, organisasjoner og ikke minst ungdom og foresatte selv, mener om hvordan informasjonstiltak bør innrettes. Vi har også gjennomgått eksisterende forskning om kommunikasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Basert på innsikten om eksisterende informasjonstiltak, sammenliknet med de ønsker og behov for informasjonstiltak som er uttrykt fra ungdom og foresatte, samt hva praksisfeltet og kommunikasjonsteori og -forskning sier, har vi utarbeidet en vurdering av behov og anbefalinger for (videre)utvikling av (nye) informasjonstiltak.

1.2 Metoder for datainnsamling og analyse

Kildene for datainnsamling bygger dermed på prinsippet om kunnskapsbasert praksis, som kombinerer kunnskap fra forskning, praksiserfaringer og brukererfaringer.

Metodene for datainnsamling vi har benyttet omfatter:

- **Referansegruppe** bestående av aktører fra forvaltning og organisasjoner, som har bidratt med informasjon om informasjonstiltak, målgruppene, utfordringer og behov sett fra deres ulike perspektiver
- **Søk etter informasjonstiltak** på internett, i sosiale medier og gjennom intervjuer med nøkkelaktører, samt rapporter som sier noe om informasjonstiltakenes virkning
- **Intervjuer med nøkkelaktører** fra forvaltning og frivillige organisasjoner for å innhente vurderinger rundt informasjon og kommunikasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold
- **Fokusgrupper med ungdom og foresatte** for å innhente vurderinger rundt informasjon og kommunikasjon generelt og om tematikken negativ sosial kontroll og æresrelatert vold spesielt, samt for å verifisere Rambølls vurderinger og anbefalinger
- **Gjennomgang av forskning og rapporter** om kommunikasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold overfor ungdom og foresatte

1.3 Innsikt fra datainnsamling

Funnene fra **dokumentsøket** etter informasjonstiltak viser følgende hovedfunn:

- Det finnes mye informasjon, men noe er vanskelig å finne
- Mange informasjonstiltak er rettet mot tjenesteapparatet
- Ungdom og utsatte er også en sentral målgruppe for informasjonstiltakene
- Det finnes få informasjonstiltak rettet mot foresatte
- Det finnes få informasjonstiltak på sosiale medier

- Det er varierende begrepsbruk om tematikken
- Det meste av informasjon finnes på norsk, og det usikkerhet rundt hvor mye oversatte tekster brukes
- Det finnes europeiske tiltak som man kan la seg inspirere av, men disse må tilpasses til norsk kontekst

Gjennomgang av **forskning og rapporter** om informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og/eller formidling til ungdom, foresatte og personer med minoritetsbakgrunn viser at:

- Det er gjennomført få effektstudier av informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.
- Antallet henvendelser til Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll er stigende. Årsakene er ikke tydelige, og det er ikke mulig å spore økningen direkte til enkelte informasjonstiltak. I 2020 ga minoritetsrådgivere råd og veiledning i totalt 723 saker, som tilsvarer en økning på 33 prosent fra 2019. Flest saker omhandler jenter og personer med opprinnelse fra Syria, Somalia, Pakistan og Irak. Flest saker handler om negativ sosial kontroll, etterfulgt av trusler/vold. I 2020 ga integreringsrådgiverne råd og veiledning i totalt 250 saker. Antall saker har holdt seg relativt stabilt sammenliknet med 2019. Over halvparten av disse sakene handler om personer som er etterlatt i utlandet etterfulgt av andre familierelaterte saker. Sakene gjelder flest jenter og personer med opprinnelse fra Somalia, Irak og Syria.
- En dansk rapport (VIVE, 2021) viser at kommunikasjonsinnsatser som ikke alene skal formidle kunnskap, men også påvirke kjerneverdier bør være:
 - Personlig, gjerne med bruk av rollemodeller
 - Faktabasert (selvom noen fakta kan være kontroversielle)
 - Dialogbasert, formidling ansikt til ansikt
 - Servicedesignet, som innebærer påvirkning over tid og gjennom flere kontaktpunkter
 - Snever målgruppedefinisjon slik at målgruppene kjenner seg igjen
- En rapport (NIBR, 2020) om de særskilte hjelpetjenestene viser at ungdom i liten grad fant frem til spesialiserte nettbaserte ressurser da de fikk i oppgave å lete opp hjelp til ungdom som er utsatt for negativ sosial kontroll. Ung.no er nettressursen flest ungdommer fant frem til, mens NORA-nettsiden ikke ble funnet av elevene. Det fremstår som at de mest nærliggende personene å henvende seg til for å få hjelp er de mer lokale ressursene slik som rådgiver, helsesykepleier og miljøterapeut.
- En studie (NIBR, 2021) om informasjon og tiltak rettet mot innvandrerbefolkningen i forbindelse med Covid-19 viser at tillit, direkte og personlig kontakt og kulturforståelse er viktig for å nå frem med informasjon, samt at språk er stor barriere for informasjonsformidling.

Flere funn fra flere rapporter kan leses i kap. 4.2.

Analyser av et utvalg informasjonstiltak viser følgende hovedfunn:

- Det er en relativt stor variasjon i både formål og målgrupper for de ulike tiltakene som er analysert. De fleste tiltakene er rettet mot minoritetsungdom, mens enkelte også er rettet mot befolkningen generelt eller foreldre spesielt. Flertallet av de utvalgte tiltakene er relativt generelle i sitt formål og har formål om å gi kunnskap, med unntak av tiltakene som er rettet spesifikt mot utsatte.
- Ut fra utvalget av informasjonstiltak som er analysert, ser det ut til at innholdet i tiltakene ofte reflekterer formålet om kunnskap eller atferd på en god måte.
- Gjennomgående for de aller fleste informasjonstiltakene vi har analysert er at de har et nokså høyt brukerfokus i form av innhold, men ikke i valg av kanal.

- Overordnet ser vi på vurderingen av henvendelse, at tiltakene først og fremst kommuniseres i kanaler som er foretrukket av avsender fremfor å ta hensyn til mottakernes foretrukne kanaler.
- Vi ser at informasjonens tilgjengelighet vurderes som nokså enkel i noen tiltak, men er nokså vanskelig i andre tiltak. Blant tiltakene vi har valgt ut til analyse, vurderes tilgjengeligheten som vanskeligst for foresatte og utsatte.
- Det finnes flere informasjonstiltak med stort omfang, som inneholder mange formidlingsprodukter.

Innsikt fra intervjuer med **forvaltning og frivillige organisasjoner** viser følgende hovedfunn:

- Det er størst fokus på tjenesteapparat og ungdom, og behov for mer fokus på foresatte
- Det er viktig å være oppmerksomme på at voksne og foresatte både er potensielle utsatte og utøvere av negativ sosial kontroll
- Det er oftest minoritetsspråklige som er målgruppe for informasjonstiltakene
- Det er mest avsenderfokuset informasjon
- Det er viktig med brobygging og kultursensitivitet
- Det er viktig med brukerfokus og faglig kvalitet i utvikling av tiltak
- Det er viktig med bevissthet rundt begrepsbruk
- Det er behov for mer og bedre informasjon rettet mot voksne og foresatte
- Det er behov for flere og mer tilpassede informasjonstiltak rettet mot nyankomne innvandrere utenfor introduksjonsprogram og særlig sårbare grupper
- Det er behov for å tilpasse formidlingskanaler for bedre tilgjengelighet
- Analyser av trafikkdata tyder på at synlighet på Google og kampanjer på sosiale medier er effektivt for å få personer inn på nettsider. Flere tiltak mangler imidlertid denne synligheten i dag

Innsikten fra **fokusgrupper med ungdom** viser at:

- Ungdom bruker daglig et mangfold av digitale medier og plattformer – mest sosiale medier, men google/internett hvis de skal søke opp noe spesielt
- Ungdom foretrekker sammensatte tiltak, med audiovisuelt innhold og korte tekster, korte videoer e.l. (jf. Snapchat-nyheter)
- De opplever at personlige historier treffer
- De har delte meninger om brosjyrer, hvor noen mener det er utdatert mens andre mener det er diskret og praktisk
- Ungdommene er opptatt av nøytral eller positiv ordbruk, og har ikke noe særlig forhold til begrepene «negativ sosial kontroll» og «æresrelatert vold»
- Ut fra innsiktsarbeidet ser vi at de unge foretrekker digital, sosial og personlig formidling i kanaler de kjenner

Innsikten fra **fokusgrupper med foresatte** viser at:

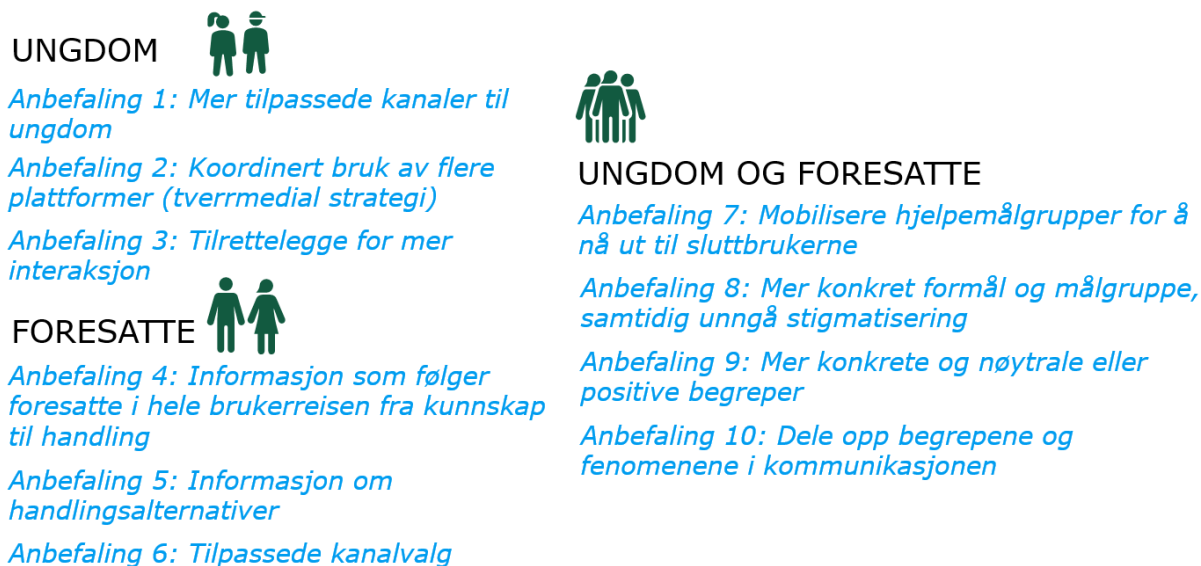
- Foresatte bruker daglig et mangfold av digitale medier og plattformer – mindre sosiale medier og mer tradisjonelle og redaksjonelle medier enn ungdomsgruppen. Det er også viktig å vite at andre i foreldregenerasjonen er mindre digitale
- De foresatte bruker «lukkede kanaler» - som Whatsapp, moské og nettverk
- De synes det er best å få informasjon gjennom samtale med andre personer, gjerne andre foreldre
- De er opptatt av å få til en god dialog med eget barn/ungdom
- De trenger/ønsker et sted å henvende seg hvis de er bekymret
- De ønsker situasjonsbasert, tillitsbasert og respektfull formidling, gjerne ansikt til ansikt

1.4 Vurderinger og anbefalinger

Basert på innsikt fra praksisfelt, brukere og eksisterende forskning, samt hva som finnes av informasjonstiltak i dag, har vi kommet frem til anbefalinger for videre utvikling av informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Figuren under oppsummerer alle anbefalingene, fordelt på målgruppe.

Figur 1-1 Alle anbefalinger, fordelt på målgruppe



2. FORMÅLET MED OPPDRAGET OG RAPPORTEN

Rambøll Management Consulting (heretter Rambøll) har på oppdrag for Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi) kartlagt eksisterende informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold rettet mot målgruppene foresatte og unge (12-18 år). Kartleggingen er avgrenset til å gjelde informasjonstiltak som finnes i dag og fem år tilbake i tid, og som er produsert i en norsk kontekst.

Vi har analysert et utvalg eksisterende informasjonstiltak med utgangspunkt i ulike parametere formidling kan vurderes ut fra. Vi har videre undersøkt hva nøkkelaktører fra forvaltningen, organisasjoner og ikke minst ungdom og foresatte selv, mener om hvordan informasjonstiltak bør innrettes. Vi har også gjennomgått eksisterende forskning om kommunikasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Basert på innsikten om eksisterende informasjonstiltak, sammenliknet med de ønsker og behov for informasjonstiltak som er uttrykt fra ungdom og foresatte, samt hva praksisfeltet og kommunikasjonsteori og -forskning sier, har vi utarbeidet en vurdering av behov og anbefalinger for (videre)utvikling av (nye) informasjonstiltak.

Denne rapporten presenterer resultater fra kartleggingen, etter følgende oppbygning:

Sammendrag:

- Kapittel 1 gir et sammendrag av oppdragets formål, metodisk fremgangsmåte og hovedfunn

Innledning:

- Kapittel 2 gir en nærmere beskrivelse av formålet med kartleggingen og rapporten, avgrensninger og leserveiledning
- Kapittel 3 beskriver metoder for datainnsamling og analyse som er benyttet i oppdraget

Innsikt:

- Kapittel 4 redegjør for funn om eksisterende informasjonstiltak som er identifisert gjennom dokumentetsøk etter tiltak, analyser av utvalgte tiltak og gjennomgang av tidligere forskning og rapporter
- Kapittel 5 redegjør for funn om forvaltnings og frivillige organisasjoners vurdering av eksisterende informasjonstiltak og behov fremover
- Kapittel 6 redegjør for funn om målgruppenes vurderinger rundt informasjon og kommunikasjon

Vurdering og anbefalinger:

- Kapittel 7 redegjør for vurderinger og anbefalinger til (videre)utvikling av informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold
- Kapittel 8 beskriver plan for gjennomføring av Del 2 av prosjektet

Rapporten danner grunnlag for Del 2 av prosjektet hvor utvalgte tiltak skal produseres og iverksettes.

2.1 Bakgrunn og kontekst for undersøkelsen

I regjeringens integreringsstrategi *Integrering gjennom kunnskap (2019-2022)*¹, fremkommer det at regjeringen vil legge til rette for at innvandrere får økt kunnskap og forståelse for norsk samfunn og kultur. Som ledd i dette arbeidet har IMDi gjennom tildelingsbrevet for 2021² fått i oppdrag å utvikle informasjonstiltak om regelverk og handlingsalternativer rettet mot foresatte og unge. Negativ sosial kontroll og æresrelatert vold defineres i gjeldende handlingsplan mot negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, *Frihet fra negativ sosial kontroll og æresrelatert vold*³, på følgende måte:

Negativ sosial kontroll forstås her som «[...]press, oppsyn, trusler eller tvang som systematisk begrenser noen i sin livsutfoldelse eller gjentatte ganger hindrer dem i å treffe selvstendige valg om eget liv og fremtid.» (s. 8)

Æresrelatert vold forstås [...] som vold utløst av familiens eller gruppens behov for å ivareta eller gjenopprette ære og anseelse. [...] Æresrelatert vold kan omfatte flere handlinger som negativ sosial kontroll og tvangsekteskap, men også andre voldsuttrykk som nedverdigelser, trusler, utstøtelse og annen psykisk vold, fysisk vold og drap.» (s. 8)

Negativ sosial kontroll og æresrelatert vold har mange ulike uttrykk, for eksempel⁴:

- Autoritær oppdragelse (i rettesettelse av atferd og holdninger, lite omsorg, respekt for personer som står høyere i foreldrehierarkiet)
- Får ikke velge venner og klær selv
- Får ikke delta i fritidsaktiviteter eller andre sosiale aktiviteter
- Får ikke ha kontakt med etnisk norske eller det motsatte kjønn
- Lever dobbeltliv hjemme og ute blant folk
- Bli etterlatt i utlandet mot sin vilje
- Tvangsekteskap
- Æresrelatert fysisk eller psykisk voldsutøvelse, fra nedverdigelser til drap

Som vist over kan negativ sosial kontroll utarte på forskjellige måter. Pilen indikerer både utvikling i grad av inngripende kontroll og et tidsperspektiv – ved at kontrollen ofte strammes inn når barna blir ungdom og skal inn i voksenlivet. Negativ sosial kontroll og æresrelatert vold er også relatert til nærliggende problemstillinger knyttet til f.eks. kjønnslemlestelse, barneekteskap og lhbtqi.

2.1.1 Målgrupper og årsaker

Årsakene for utøvelse av negativ sosial kontroll og æresrelatert vold er sammensatte og komplekse. Negativ sosial kontroll og æresrelatert vold er ikke nødvendigvis knyttet til en bestemt etnisk bakgrunn eller religion, og kan oppstå i mange samfunn og kulturer. **Både jenter og gutter** kan bli utsatt for ulike former for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Den som utøver negativ sosial kontroll og æresrelatert vold kan også utsettes for det selv.

Samtidig vet man at enkelte grupper er mer utsatt enn andre grupper. En rapport fra Fafo viser at unge med foreldre som er født i Midtøsten, Nord-Afrika, Somalia, Sri Lanka, Pakistan og Sør- og

¹ [regjeringens-integreringsstrategi-20192022.pdf](#)

² <https://www.imdi.no/contentassets/4e87cc44b54c4564999ccf3ded3c79bb/tildelingsbrev-imdi-2021-.pdf>

³ <https://www.regjeringen.no/contentassets/bf09aa64a96c4d5e8a69abd4c723f8e9/212002-kd-handlingsplan-mot-negativ-kontroll-og-aeresrelatert-vold-web.pdf>

⁴ Ikke uttømmende liste

Øst-Asia har større sannsynlighet for å oppleve negativ sosial kontroll.⁵ Rapporten sier videre at grad av religiøsitet i familien har stort betydning, og at muslimer og andre religioner som hinduisme og buddhisme er mest utsatt, mens kristne også er noe mer utsatt enn de som oppgir at de ikke tilhører en religion.⁶

En del av barna og ungdommen som opplever negativ sosial kontroll, æresrelatert vold og/eller tvangsekteskap, lever med en krysskultur og opplever krysspress.⁷ Å være **krysskulturell** er i utgangspunktet en ressurs, men kan skape negative slagsider på grunn av kryssende interesser, verdier og forventninger fra de ulike kulturene man er en del av. Krysskultur og utøvelse av negativ sosial kontroll har også blitt avdekket blant etnisk norske, for eksempel i lukkede trossamfunn.

Et annet trekk som ofte kjennetegner miljøene hvor negativ sosial kontroll og æresrelatert vold oppstår, er sterke **kollektivistiske verdier** hvor fellesskapet settes høyere enn individets hensyn og meninger.⁹ Videre oppstår negativ sosial kontroll og tvangsekteskap ofte i kulturer med **patriarkalsk familiestruktur** og **autoritær oppdragelse**.

Årsakene til utøvelse av negativ sosial kontroll og relaterte fenomener er sammensatte, og det er viktig å være klar over at opplevelsene og reaksjonene kan være svært forskjellig fra tilfelle til tilfelle. I tillegg til kulturelle forskjeller, kan **språkbarrierer**, **økonomi**, **skolebakgrunn/utdanningsnivå**, **arbeidssituasjon** og **psykisk helse** være bakenforliggende årsaker til utøvelse av sosial kontroll.¹⁰

Negativ sosial kontroll har også et **transnasjonalt aspekt**. Mange av familiene som utøver og/eller utsettes for negativ sosial kontroll har slekt i andre land. Slegt i andre land kan utøve negativ sosial kontroll på familiemedlemmer i Norge. Noen utsatte for sosial kontroll er, eller er bekymret for å bli, etterlatt i utlandet, enten for såkalt gjenoppdragelse i kultur og/eller religion, for å tvangsgiftes, eller annet.

2.1.2 Omfang av negativ sosial kontroll og æresrelatert vold

Det er **vanskelig å anslå omfanget** av negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, men antall saker som registreres av særtjenestene, som minoritetsrådgivere, integreringsrådgivere og Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll er økende.¹¹ Dette kan imidlertid delvis forklares med at man fanger opp en større andel av sakene enn tidligere, ettersom tematikken har blitt mer kjent og hjelpeapparatet styrket. **Utviklingen av fenomenet under koronapandemien skaper imidlertid bekymring**. Brukerorganisasjoner,

⁵ Friberg, J. H. og Bjørnset, M. (2019). Migrasjon, foreldreskap og sosial kontroll. Fafo-rapport 2019:01. <<https://www.fafo.no/images/pub/2019/20698.pdf>>

⁶ ibid

⁷ Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet. Fenomenforståelse.

<https://www.bufdir.no/Barnevern/Fagstotte/Negativ_sosial_kontroll_tvangsekteskap_og_aeresrelatert_vold_en_veileder_til_barnevernstjenesten/Fenomenforstaelse/>

⁸ Kunnskapsdepartementet (2021). Frihet fra negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Handlingsplan 2021-2024 <

<https://www.regjeringen.no/contentassets/bf09aa64a96c4d5e8a69abd4c723f8e9/no/pdfs/f-4464-frihet-fra-negativ-sosial-kontroll-og-aeres.pdf>>

⁹ Hjelpekilden (2015). *Kollektivistisk kultur og alvorlige begrensninger i barn og unges frihet*. Hentet fra:

<<http://www.hjelpekilden.no/blogg/kollektivistisk-kultur-og-alvorlige-begrensninger-i-barn-og-unges-frihet>>

¹⁰ Bufdir (2018). *Negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og æresrelatert vold – en veileder til barnevernstjenesten*. Hentet fra:

<https://bufdir.no/Barnevern/Fagstotte/Negativ_sosial_kontroll_tvangsekteskap_og_aeresrelatert_vold_en_veileder_til_barnevernstjenesten/Fenomenforstaelse/>

¹¹ Se bla. Integrerings- og mangfoldsdirektoratet. *Rapport for minoritetsrådgivernes og integreringsrådgivernes arbeid i 2019. Tall- og tiltaksrapportering på arbeidet mot tvangsekteskap, æresrelatert vold og negativ sosial kontroll*. Hentet fra:

<<https://www.imdi.no/contentassets/2e2d62c6098646ae920ebb1d2a27d35e/rapport-for-minoritetsradgivernes-og-integreringsradgivernes-arbeid-i-2019.pdf?fbclid=IwAR17VEUT5DVsttCCFiIaPEo9oac9xUzSOVETRUcJZIGSab1JcWojFpusETg>> og Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet

(2019). Årsrapport 2018. Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll. Hentet fra:

<https://bufdir.no/globalassets/global/arsrapport_kompetanseteamet_2018.pdf>

hjelpetelefoner og offentlige hjelpetjenester har erfaringer med at flere barn, unge og familier har det vanskeligere hjemme nå enn før pandemien. IMDIs minoritetsrådgivere har uttrykt bekymring for at pandemien kan ha ført til en forverret livssituasjon for unge utsatt for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold og krisesentrene har rapportert om en nedgang i antall henvendelser, men mistenker at pandemien kan misbrukes som en ytterligere kontrollmekanisme.¹²

En undersøkelse av omfang av negativ sosial kontroll fra 2021 basert på en spørreundersøkelse til elever i videregående skole, viser at unge med innvandrerbakgrunn blir utsatt for negativ sosial kontroll oftere enn andre på en del områder. Foreldres religiøsitet er videre en faktor som har betydning for hvor utsatt man er for negativ sosial kontroll, hvor muslimske foreldre som mener religion er viktig kontrollerer de unge oftere enn andre. Rapporten viser også at skeive generelt er mer utsatt for negativ sosial kontroll på en del områder. Undersøkelsen viser samtidig at jenter med innvandrerbakgrunn er mer utsatt enn gutter med innvandrerbakgrunn, mens gutter kan være mer utsatt blant de som ikke har innvandrerbakgrunn.¹³

Rapporten som undersøker omfanget av negativ sosial kontroll, viser at omfanget av restriksjoner knyttet til skole- og fritidsaktiviteter er lavt og at få opplever restriksjoner på omgang med venner. Det er mer vanlig å oppleve kontroll knyttet til parforhold og seksualitet, spesielt når det er en person fra en annen religion eller en person av samme kjønn. De fleste opplever at de kan velge ektefelle og utdanning selv, samt politisk og ideologisk oppfatning og til en viss grad religion. En av ti tror imidlertid at foreldrene ikke hadde akseptert om de valgte en annen religion enn dem. Flere enn en av ti har opplevd å bli kontrollert på mobil, e-post eller PC, eller veske, sekk eller soverom. En av ti har også hørt at oppførselen deres vil ha negative konsekvenser for familien, og en av ti har hørt at foreldrene skammer seg over dem eller blitt kalt krenkende ting. 13 prosent av elevene i undersøkelsen med innvandrerbakgrunn oppgir at de er redde for å bli etterlatt i utlandet mot sin vilje.¹⁴

2.1.3 Konsekvenser

Utsatte for negativ sosial kontroll kan ha [utfordringer med å integreres i storsamfunnet](#). Dersom den utsatte ikke får muligheten til å utfolde seg, følge sine interesser og delta i storsamfunnet, kan en konsekvens være tapt norskkunnskap, utdanning og deltakelse i arbeidsliv. Blir man forhindret i å delta i fritidsaktiviteter kan man miste viktig uformell læring, gode opplevelser, følelse av mestring og utvikling av sosial kapital. Arbeidet med å forebygge og hjelpe utsatte for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold er derfor et viktig ledd i det helhetlige integreringsarbeidet og målsettingene om deltakelse i arbeids- og samfunnsliv.

Utsatte for negativ sosial kontroll og/eller æresrelatert vold velger [ulike håndteringsstrategier](#). Noen kan velge å leve i utfordringene – for eksempel ved å leve et dobbeltliv hvor de viser ulike sider av seg selv hjemme enn de viser ute blant folk. For noen betyr dette at man gir etter og «blir» den personen andre forventer at den skal være, avhengig av kontekst. Dette kan gi følelsen av at de verken strekker til og imøtekommer forventningene hjemmefra eller i storsamfunnet. Andre velger å bryte med miljøet som utsetter dem for kontrollen og/eller volden. Å leve under negativ sosial kontroll eller æresrelatert vold kan i begge tilfellene ha alvorlige konsekvenser for den enkeltes fysiske og psykiske helse. I begge tilfeller kan den utsatte ha store behov for hjelp – for eksempel til å finne og forsøke offentlige tjenestetilbud, egne rettigheter og

¹² Kunnskapsdepartementet (2021). Beredskapsbrev 2021 – Arbeidet mot negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

<https://www.regjeringen.no/no/dokument/dep/kd/anbud-konsesjoner-og-brev/brev/utvalgte_brev/2021/beredskapsbrev-2021-arbeidet-mot-negativ-sosial-kontroll-og-aeresrelatert-vold/id2851097/>

¹³ Proba samfunnsanalyse (2021). Omfang av negativ sosial kontroll. Proba-rapport nr. 2021-10. <[Rapport \(imdi.no\)](#)>

¹⁴ Proba samfunnsanalyse (2021). Omfang av negativ sosial kontroll. Proba-rapport nr. 2021-10. <[Rapport \(imdi.no\)](#)>

handlingsalternativer, oppnå fysisk sikkerhet og psykisk støtte, reetablere nettverk, sosialt liv og selvutfoldelse.

2.1.4 Strategier og tiltak

Tvangsekteskap har vært på den politiske agendaen i Norge i over 20 år, med den første handlingsplanen mot tvangsekteskap fra 1998. I 2008 kom en mer omfattende handlingsplan mot tvangsekteskap, som også markerte en endring i det offentliges tilnærming til å håndtere problematikken: Fra 2008 tok det offentlige et større ansvar og igangsatte en omfattende tverretattlig satsing. Sentralt i satsingen var målet om å etablere og forsterke særlige tjenester med spesiell kompetanse om problemstillinger knyttet til negativ sosial kontroll og tvangsekteskap som fantes for å håndtere akuttsaker, parallelt som man jobbet med å styrke fenomenkunnskapen og kompetansen til å håndtere saker i det ordinære hjelpeapparatet.

Etter hvert som man har arbeidet med fenomenet og fått økt kompetanse, har også fokuset utvidet seg til å omfatte et bredere spekter handlinger som kan føre til tvangsekteskap – og som i dag omtales som negativ sosial kontroll. Offentlige myndigheters tilnærming har med tiden beveget seg fra et fokus på å håndtere akuttsaker til å drive mer omfattende forebyggende arbeid i tillegg til å hjelpe i akuttsaker. Fokuset har også dreid fra individ til å se på familie og storfamilie, og fra å ha hovedfokus på barn og unge til å også fokusere på foreldre. Samtidig ses utsatte ikke utelukkende som ofre, men også som endringsagenter under krysspress.¹⁵

Handlingsplanen *Frihet fra negativ sosial kontroll og æresrelatert vold*¹⁶ som gjelder fra 2021-2024, bygger videre på den forskningsbaserte og erfaringsbaserte kunnskapen på feltet som er ervervet over mange år. Handlingsplanen inneholder en rekke tiltak sortert under fem innsatsområder som skal styrke innsatsen mot negativ sosial kontroll og æresrelatert vold fremover. Styrking av informasjon, kunnskap og kompetanse står sentralt i flere av innsatsområdene.

Parallelt med at man har fått mer kunnskap om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, og utbygget hjelpeapparatet, har det også blitt fokus på å spre kunnskapen om fenomenene og hvordan man kan få hjelp. Informasjon og kunnskap om fenomenene både blant unge, foresatte og hjelpeapparatet er en svært viktig del av arbeidet for å forebygge, fange opp og avhjelpe tilfeller av negativ sosial kontroll og æresrelatert vold – for at flere skal kunne gjenkjenne tegn på at man selv eller andre utsettes for det, kjenne hvilke rettigheter og regelverk som gjelder, og vite hvordan man kan oppsøke hjelp. Både offentlige myndigheter og frivillige aktører har gjennom flere år jobbet med å spre informasjon og kunnskap rettet både mot foresatte og ungdom, samt rettet mot hjelpetjenestene. Blant informasjonstiltak som eksisterer i dag finnes alt fra nettstedet Nora som driftes av IMDi, som deler historier fra ungdom til ungdom med formål om å opplyse de unge og de som er tett på dem. Videre finnes ung.no hvor unge kan stille spørsmål og få kvalitetssikret informasjon. Det finnes også brosjyrer som kan hentes og deles ut på skoler fra minoritetsrådgivere, og mange flere eksempler. Det finnes færre kanaler som retter seg direkte mot foresatte i dag, men også her finnes det informasjons- og opplæringsstiltak, deriblant et nytt standardisert element i introduksjonsprogrammet for nyankomne voksne flyktninger om foreldreveiledning.

¹⁵ Bufdir (2018). *Presentasjon av Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll*. Hentet fra: <<https://www.fylkesmannen.no/contentassets/f4615a0f739144d3a16fbd5baae632d1/farrah-ghazanfar.pdf>>

¹⁶ <https://www.regjeringen.no/contentassets/bf09aa64a96c4d5e8a69abd4c723f8e9/212002-kd-handlingsplan-mot-negativ-kontroll-og-aeresrelatert-vold-web.pdf>

2.1.5 Sentrale aktører

Negativ sosial kontroll og relaterte fenomener er komplekse og berører flere sektorer. I Norge er det integreringsavdelingen, som i dag ligger under Kunnskapsdepartementet, som koordinerer regjeringens innsats mot negativ sosial kontroll. Det er til sammen syv [departementer](#) som samarbeider om handlingsplanen og er ansvarlig for de ulike tiltakene: Kunnskapsdepartementet, Justisdepartementet, Barne- og familiedepartementet, Kulturdepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet, Utenriksdepartementet og Arbeids- og sosialdepartementet. [Direktoratene](#) Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi), Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet (Bufdir), Utlendingsdirektoratet (UDI), Politidirektoratet (POD), Helsedirektoratet (Hdir) og Arbeids- og velferdsdirektoratet (AVdir) er representert i [Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll](#) og har en viktig rolle både i å håndtere enkeltsaker og som andrelinje for tjenesteapparatet og i å bygge kompetanse. I tillegg er de ulike direktoratene ansvarlige for å gjennomføre en rekke tiltak i arbeidet mot negativ sosial kontroll, som minoritetsrådgiverordningen (IMDi) og integreringsrådgiverordningen (UD og IMDi).

På regionalt nivå er [fylkeskommunene](#), som fra 1.1.2020 overtok IMDis regionale oppgaver, herunder oppgaver innenfor negativ sosial kontroll, en viktig aktør. Fylkeskommunene er også eiere av videregående skoler, hvor minoritetsrådgiverne er utplassert. Videre finnes [fem regionale ressursentre \(RVTS\)](#) som jobber med å samle og formidle kunnskap blant aktører regionalt. [Kommunene og de kommunale tjenestene](#), som NAV, barneverntjeneste og skoler er nærmest innbyggerne og har en viktig rolle i å identifisere og avhjelpe utsatte for sosial kontroll, samt drive forebyggende arbeid. I tillegg til tverrdepartementale og tverrdirektorale samarbeid, samarbeider direktoratsnivå med aktører lokalt gjennom blant annet Kompetanseteamet, minoritetsrådgivere og integreringsrådgivere. Integreringsrådgiver, som er ansatt som spesialutsendinger fra UD og KD på utvalgte ambassader, har også viktig samarbeid mellom aktører i Norge (Kompetanseteam og kommunalt hjelpeapparat) og enkeltpersoner som befinner seg i utlandet.

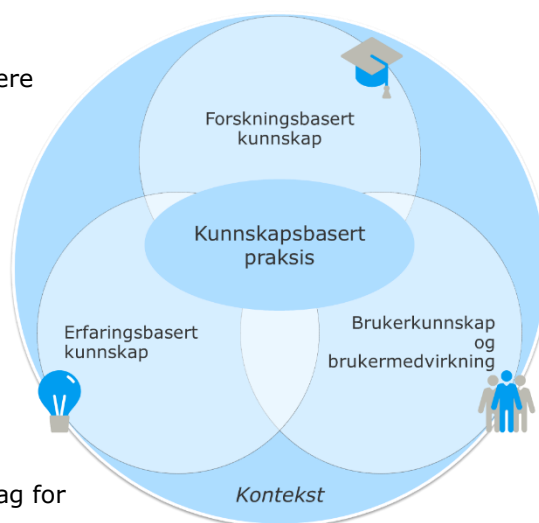
Selv om de offentlige myndighetene har et stort ansvar på negativ sosial kontroll og tvangsekteskap, og har igangsatt og eier en rekke tiltak i arbeidet med å forebygge og håndtere saker som omhandler negativ sosial kontroll, spiller [sivilsamfunnsaktører](#) også en viktig rolle i det helhetlige arbeidet mot negativ sosial kontroll. Frivillige organisasjoner jobber i praksisfeltet, har nettverk og har andre muligheter og tilnærminger for å fange opp og komme i kontakt med miljøer hvor negativ sosial kontroll forekommer og enkeltpersoner som er utsatt for eller er bekymret for å bli utsatt for negativ sosial kontroll enn offentlige aktører. En rekke nasjonale og lokale organisasjoner arbeider med ulike tiltak innenfor tematikken i dag, og oppfordres av myndighetene til å gjøre det. Flere organisasjoner har utviklet tiltak nasjonalt eller lokalt, blant annet med økonomisk støtte fra myndighetene eller i tettere samarbeid med offentlige aktører. Denne tilnærmingen innebærer at frivillige organisasjoner i stor grad supplerer offentlig innsats og tjenester.

3. METODER FOR DATAINNSAMLING OG ANALYSE

I gjennomføringen av oppdraget har vi lagt vekt på å innsamle kunnskap, erfaringer og vurderinger fra personer som er eksperter på tematikken negativ sosial kontroll og æresrelatert vold og om kommunikasjon rundt denne tematikken, og ikke minst brukerinvolvering fra ungdommer og foresatte. I tillegg ser vi til eksisterende forskning om kommunikasjon rettet mot disse målgruppene og om tematikken.

Kildene for datainnsamling bygger dermed på prinsippet om kunnskapsbasert praksis, som kombinerer kunnskap fra forskning, praksiserfaringer og brukererfaringer. På områder som integrering kan det være utfordrende å fremskaffe sikker evidensbasert kunnskap om hva som virker best (effekt i streng forstand). På slike områder er det derfor hensiktsmessig å ta utgangspunkt i ulike troverdige kunnskapskilder. Kildene vil hver for seg ha både styrker og svakheter, og må derfor balanseres med hverandre for å sikre et best mulig beslutningsgrunnlag i en gitt situasjon. Perspektivet om kunnskapsbasert praksis anerkjenner dermed ulike kunnskapssyn, og kombinerer syn på kunnskap som objektive fakta som kan måles med syn på kunnskap som noe subjektivt og dynamisk. Dette gir muligheter for å bruke ulike kunnskapskilder som grunnlag for ny kunnskapsutvikling og læring.¹⁷

Figur 3-1 Kunnskapsbasert praksis



Metodene for datainnsamling vi har benyttet omfatter:

- **Referansegruppe** bestående av aktører fra forvaltning og organisasjoner, som har bidratt med informasjon om informasjonstiltak, målgruppene, utfordringer og behov sett fra deres ulike perspektiver
- **Søk etter informasjonstiltak** på internett, i sosiale medier og gjennom intervjuer med nøkkelaktører, samt rapporter som sier noe om informasjonstiltakenes virkning
- **Intervjuer med nøkkelaktører** fra forvaltning og frivillige organisasjoner for å innhente vurderinger rundt informasjon og kommunikasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold
- **Fokusgrupper med ungdom og foresatte** for å innhente vurderinger rundt informasjon og kommunikasjon generelt og om tematikken negativ sosial kontroll og æresrelatert vold spesielt, samt for å verifisere Rambølls vurderinger og anbefalinger
- **Gjennomgang av forskning og rapporter** om kommunikasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold overfor ungdom og foresatte

Analyser er foretatt på bakgrunn av kommunikasjonsteoretisk rammeverk, som forklares nærmere i kap. 3.6.

I det følgende redegjør vi nærmere for de ulike aktivitetene.

¹⁷ Se for eksempel definisjon på helsebiblioteket.no: <<http://www.helsebiblioteket.no/kunnskapsbasert-praksis>>

3.1 Referansegruppe

Referansegruppen bestod av aktører fra forvaltning og organisasjoner. Til sammen ni aktører deltok i referansegruppen, som representerte følgende aktører:

- Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi)
- Helsedirektoratet (Hdir)
- Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet (Bufdir)
- Direktoratet for høyere utdanning og kompetanse (HKdir)
- Internasjonal helse- og sosialgruppe (IHSG)
- Selvhjelp for innvandrere og flyktninger (SEIF)
- Skeiv verden
- Hjelpeskilden

Referansegruppen har deltatt i to omganger. Tidlig i prosjektet ble det avholdt et referansegruppemøte hvor formålet var å informere om og forankre prosjektet. Deltakerne ga nyttige innspill til gjennomføringen og analyserammen, og ga innspill til kjente informasjonstiltak og vurderinger av behov for nye informasjonstiltak.

Referansegruppen ble underveis i oppdraget involvert i en verifisering av oversikten over identifiserte informasjonstiltak som ble utarbeidet. Deltakere i referansegruppen ga også her innspill til flere tiltak som kunne supplere oversikten.

3.2 Dokumentetsøk

Vi gjennomførte et omfattende søk etter tiltak laget i en norsk kontekst, for å identifisere eksisterende informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Søket ble gjennomført på internett og sosiale medier.

Søket ble gjennomført systematisk med utgangspunkt i en søkestrategi, men samtidig med en eksplorerende tilnærming som gjorde at søkestrategien kunne både utvides på enkelte områder og spisses på andre områder underveis ved behov. Søkestrategien inneholdt beskrivelser som spesifiserte og avgrenset søket, iht. definisjoner av tematikk, kilder, søkeord, tidsperiode, språk, målgruppe og geografi.

Kilder – søkemotorer, nettsider og sosiale medier

- Søkemotorer: Google og Bing
- Nettsider/dokumenter: handlingsplaner, på nettsider og i oversikt over tilskuddsmottakere
- Sosiale medier: Instagram, Facebook, Youtube, Twitter og Tik Tok

Tidsperiode

- Informasjonstiltaket skal være utgitt i dag og fem år tilbake i tid. (2016-2021)

Språk

- Informasjonstiltaket skal være på norsk, ev. engelsk, og andre oversettelser (dette gjør at informasjonsmateriell som kun finnes på andre språk ikke er fanget opp)

Avgrensning i målgruppe

- Informasjonstiltaket skal være rettet mot foresatte og unge i alderen 12-18 år eller mer spesifikke undergrupper, og innvandrere så vel som etnisk norske.
- Identifiserte informasjonstiltak rettet mot hjelpeapparatet, allmennheten e.l. arkiveres også.

Geografisk nedslagsfelt

- Informasjonstiltaket skal være utviklet i og for personer i primært Norge (og norske i utlandet)

Søkeord

- Negativ sosial kontroll, æresrelatert vold, tvangsekteskap, kjønnslemlestelse, leve fritt/fritt liv., frihet, psykisk/fysisk/økonomisk vold, empowerment, kontroll, sosial kontroll, kontroll, ære, tvang, m.m.
- Kombinert med søkeordene: "kommune", "fylkeskommune", "frivillig organisasjon", "informasjon", RVTS, NKVTS, Helsestasjoner, Politi, Barnevern, Krisesenter, Skole
- Gjennomgang av frivillige organisasjoners nettsider
- Gjennomgang av frivillige organisasjoner som har fått støtte fra IMDi til tiltak knyttet til negativ sosial kontroll, samt andre frivillige organisasjoner
- Gjennomgang av handlingsplan Frihet fra negativ sosial kontroll og æresrelatert vold (2021-2024)

Definisjon av tematikk og innhold

- Negativ sosial kontroll: forstås her som «[...]press, oppsyn, trusler eller tvang som systematisk begrenser noen i sin livsutfoldelse eller gjentatte ganger hindrer dem i å treffe selvstendige valg om eget liv og fremtid.»
- Æresrelatert vold forstås her som *vold utløst av familiens eller gruppens behov for å ivareta eller gjenopprette ære og anseelse. [...] Æresrelatert vold kan omfatte flere handlinger som negativ sosial kontroll og tvangsekteskap, men også andre voldsuttrykk som nedverdigelser, trusler, utstøtelse og annen psykisk vold, fysisk vold og drap.»*

Vi gjennomførte i tillegg et mer begrenset søk etter europeiske informasjonstiltak. Her benyttet vi Google som søkemotor på internett, samt ba om innspill fra ansatte i Rambølls integreringsnettverk bestående av integreringsekspertter ansatt på Rambølls kontorer i Danmark, Sverige, Tyskland og EU/Brussel.

3.3 Intervjuer med nøkkelaktører

Vi har gjennomført intervjuer med nøkkelaktører fra forvaltning og organisasjoner. Til sammen 21 intervjuer er gjennomført, med 24 personer.

Aktørene vi har intervjuet representerer følgende aktører:

- Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi)
 - Divisjon analyse og mangfold
 - Integreringsrådgivere
 - Minoritetsrådgivere
 - Nora-portalen
- Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet (Bufdir)
 - Ung.no
- Helsedirektoratet (Hdir)
- Bufetat, region sør og øst
- Direktoratet for høyere utdanning og kompetanse (HKdir)
- NAV
- De regionale ressursentrene om vold, traumatisk stress og selvmordsforebygging (RVTS)
- Røde Kors-telefonen
- Internasjonal helse- og sosialgruppe (IHSG)
- Selvhjelp for innvandrere og flyktninger (SEIF)

- Skeiv verden
- Hjelpeskilden

I intervjuene hadde vi fokus på å identifisere relevante informasjonstiltak, informasjon om hva slags strategi og fremgangsmåte de har brukt i utformingen av egne informasjonstiltak, vurderinger rundt hva slags informasjonstiltak som treffer de ulike målgruppene godt og hva som mangler av informasjonstiltak eller hva som kan gjøre informasjonstiltakene bedre.

Intervjuene med nøkkelinformantene ble gjennomført som både individuelle intervjuer og gruppeintervjuer med utgangspunkt i en intervjuguide. Intervjuene hadde en åpen tilnærming slik at vi kunne fange opp så mye som mulig av relevant kunnskap om temaet og eksisterende informasjonstiltak.

3.4 Brukerinvolvering – fokusgrupper med ungdom og foresatte

Et viktig prinsipp for prosjektet har vært å involvere brukergruppene ungdom og foresatte i vurderingen av eksisterende informasjonstiltak og hvordan disse bør utformes og kommuniseres, slik at målgruppenes egen kunnskap og erfaring inkluderes i kartleggingen fra et tidlig tidspunkt.

Vi gjennomførte separate fokusgrupper med hhv. ungdom og foresatte, slik at de to gruppene skulle oppleve at de fritt kunne uttrykke egne meninger om temaet.

Vi gjennomførte fokusgrupper i to omganger. Til sammen 17 ungdom og 8 foresatte deltok i første runde med fokusgruppe. I andre runde deltok til sammen 8 ungdom i fokusgruppe og 1 foresatt på en telefonsamtale, i tillegg til 2 nøkkelaktører som har spesiell erfaring med voksne som målgruppe (IMDi og IHSB).

Første runde med fokusgruppe hadde fokus på:

- Samtale om hvilke medier og kanaler målgruppene benytter og foretrekker generelt for å få informasjon og i kommunikasjon med ulike grupper
- Samtale om ulike former for negativ sosial kontroll gjennom bruk av casehistorier, med fokus på hvor deltakerne ville henvendt seg og søkt om informasjon for å hjelpe noen som opplevde negativ sosial kontroll, hva slags informasjon de hadde trengt og hvordan de ville gått frem
- Gjennomgang av til sammen ti eksempler på eksisterende informasjonstiltak og en samtale om hvilke tiltak deltakerne likte best og dårligst, hvorfor og hva som var bra og dårlig med de ulike eksemplene

Andre runde med fokusgruppe hadde fokus på:

- Å verifisere og supplere Rambølls vurderinger av eksisterende informasjonstiltak med deltakernes synspunkter og vurderinger
- Å verifisere og justere Rambølls anbefalinger til (videre)utvikling av (nye) informasjonstiltak basert på målgruppenes ønsker og behov
- Dette ble gjort gjennom å la ungdommene finne informasjon om negativ sosial kontroll selv på bakgrunn av en casehistorie, vurdere informasjonen de fant og sette sammen et eget informasjonstiltak basert på behovene de selv opplever

3.5 Gjennomgang av eksisterende forskning

Vi gjennomførte et omfattende søk på internett på utkikk etter eksisterende forskning av informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Søket var systematisk rettet mot

spesifikke databaser og søkeord på både norsk og engelsk språk. Vi prioriterte forskning gjort i norsk kontekst, supplert med internasjonale studier, samt studier som fokuserte på barn, ungdom, voksne og familier.

Søkemotoren Google og databasene Google Scholar og Oria ble utforsket. Søkeordene omfattet: «informasjonstiltak», «barn», «unge», «ungdom», «negativ sosial kontroll», «æresrelatert vold», «ære», «æresrelatert», «effektstudie(r)», «evaluering(er)», «tilnæringsmåte», «minoritet(er)», «minoritetsungdom», «tiltak», «kommunikasjon», «effect studies», «information measures», «communication», «techniques» og «minorities».

3.6 Analyse

Etter innsiktsarbeidet (referansegruppe, dokumentetsøk, intervjuer med nøkkelaktører og fokusgrupper med ungdom og foresatte), gikk vi gjennom alt datamateriale.

Analysen ble foretatt på tre nivåer:

1. Analyse av eksisterende informasjonstiltak og formidlingsprodukter

Vi analyserte et utvalg på 15 identifiserte eksisterende informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold rettet mot ungdom og foresatte, og i noen tilfeller tiltak som hadde en mer spisset målgruppe (for eksempel utsatte eller minoritetsspråklige) eller en bredere målgruppe (for eksempel allmennheten uavhengig av alder). Utvalget til analysen ble gjort for å reflektere helheten i identifiserte tiltak og for å ivareta en spredning på avsender/aktør som eier tiltaket, format og målgruppe.

Vi analyserte informasjonstiltakene langs åtte parametere som utgjør informasjonstiltakenes oppbygning og funksjon. Figuren under beskriver hvilke parametere vi har analysert og hvilket hovedspørsmål analysen skal besvare, formål med å analysere hver parameter, hvilken dimensjon parameterne kan vurderes ut fra og hvilke indikatorer vi har sett etter i analysen av tiltakene.

Disse parametrene er valgt ut på bakgrunn av kommunikasjonsteori og praksiskunnskap om hvilke perspektiver formidling kan vurderes ut fra. Ut fra disse åtte parametrene kan vi dermed karakterisere ethvert formidlingsprodukt med hensyn til innhold og form, samt med hensyn til dets formål, målgruppe og designprinsipp. Parametrene er i utgangspunktet normative, da det i praksis kan argumenteres for forskjellige tilnæringer til formidling avhengig av situasjonen og behovet. I noen tilfeller kan det for eksempel være god grunn til å anvende et fast designprinsipp, mens det i andre tilfeller kan være gode grunner til å anvende et fleksibelt designprinsipp. Vi antar dog, at en presis forståelse av formål og målgruppe i nesten alle tilfeller er betingelser for vellykket formidling.

Figur 3-2 Analyseparametre

	1. FORMÅL	2. MÅLGRUPPE	3. OMFANG	4. DESIGNPRINSIPP
PARAMETRE	<p>Hovedspørsmål: Hva er formålet med informasjonstiltaket?</p> <p>Formål: Skal beskrives som kunnskapssgrunnlag for å vurdere betydningen av om formålet er klart definert, og for å kunne beskrive hvordan formålet avspelles i formidlingsproduktene.</p> <p>Dimensjon: spesifikt/generell</p> <p>Indikatorer (som man kan søke etter):</p> <ul style="list-style-type: none"> Formulering av formål Overensstemmelse mellom innhold og formålsformulering. 	<p>Hovedspørsmål: Hvem er informasjonstiltaket adressert til?</p> <p>Formål: Skal beskrives som kunnskapssgrunnlag for å vurdere betydningen av om målgruppen er klart definert, og for å kunne beskrive hvordan målgruppen adresseres i formidlingsproduktene.</p> <p>Dimensjon: smal/bred</p> <p>Indikatorer (som man kan søke etter):</p> <ul style="list-style-type: none"> Beskrivelse av målgruppen Representasjon av målgruppen (f.eks. gjennom bilder) Bruk av rollemodeller og cases. 	<p>Hovedspørsmål: Hvor bredt treffer informasjonstiltaket?</p> <p>Formål: Skal beskrives som kunnskapssgrunnlag for å vurdere betydningen av et stort eller lite omfang av et informasjonstiltak og for å kunne beskrive fordeler og ulemper i samspillet mellom formidlingsproduktene.</p> <p>Dimensjon: lite/stort</p> <p>Indikatorer (som man kan søke etter):</p> <ul style="list-style-type: none"> Antall formidlingsprodukter (få eller mange) Tidsplan (kort eller lang) Kanalvalg (få eller mange). 	<p>Hovedspørsmål: Hvordan er informasjonstiltaket designet?</p> <p>Formål: Skal beskrives som kunnskapssgrunnlag for å vurdere betydningen av ulike designprinsipper og med hensyn på å kunne beskrive fordeler og ulemper i samspillet med brukerne.</p> <p>Dimensjon: fast/fleksibel</p> <p>Indikatorer (som man kan søke etter):</p> <ul style="list-style-type: none"> Prioritering av muligheter for at brukere deltar/samhandler (er det f.eks. brukerkonstruert innhold?) Fungerer den som en dialog eller monolog Primært digital eller analog Type og antall av produkter.
PARAMETRE	<p>Hovedspørsmål: Hvordan henvender informasjonstiltaket seg til mottakerne?</p> <p>Formål: Skal beskrives som kunnskapssgrunnlag for å vurdere betydningen av forskjellige henvendelsesformer og for å kunne beskrive fordeler og ulemper ved forskjellige kanalvalg.</p> <p>Dimensjon: push/pull</p> <p>Indikatorer (som det kan søkes etter):</p> <ul style="list-style-type: none"> Own, earned eller paid media Annonsering eller ikke Personlig tone eller ikke Kjente eller nye kanaler for avsenderen. 	<p>Hovedspørsmål: Hvilket innhold er formidlingsproduktet sammensatt av?</p> <p>Formål: Skal beskrives som kunnskapssgrunnlag for å vurdere om formidlingsproduktet er utformet i overensstemmelse med formål og målgruppe, og hvordan innholdet underbygger disse.</p> <p>Dimensjon: kunnskapsfokus/atferdsfokus</p> <p>Indikatorer (som man kan lete etter):</p> <ul style="list-style-type: none"> Innholdstyper (lyd, bilde, illustrasjon, tekst m.m.) Konkrete innholdselementer (fakta, rollemodellmateriale, gode råd, cases eller annet). 	<p>Hovedspørsmål: Hvor tilgjengelig er formidlingsproduktet?</p> <p>Formål: Skal beskrives som kunnskapssgrunnlag for å vurdere de sannsynlige transaksjonsomkostningene for mottakeren.</p> <p>Dimensjon: liten/stor</p> <p>Indikatorer (som man kan lete etter):</p> <ul style="list-style-type: none"> Lesbarhet og setningslengde Informasjonstyngde Vekting mellom tekst og visuelle virkemidler Sidedisposisjon (fylldig eller luftig). 	<p>Hovedspørsmål: Hvordan er mottakernes eller brukernes behov avspeilet i formidlingsproduktet?</p> <p>Formål: Skal beskrives som kunnskapssgrunnlag for å vurdere hvordan mottakerne er tenkt inn i formidlingsproduktet, og hvilken betydning det kan ha.</p> <p>Dimensjon: avsenderorientert/mottakerorientert</p> <p>Indikatorer (som man kan lete etter):</p> <ul style="list-style-type: none"> Beskrivelse av situasjoner det blir brukt Beskrivelse av berøringspunkter for formidlingsproduktet Bruk av direkte tale Representasjon av brukerne.

2. Analyse av innsikt fra nøkkelaktører, brukergrupper og eksisterende forskning

Vi har videre analysert hva nøkkelaktører, brukergrupper og eksisterende forskning og rapporter som vurderer informasjonstiltakenes virkning, mener skal til for å nå frem med informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

3. Vurdering av hva som eksisterer og ikke, hva som fungerer bra og ikke, og behov for nye tiltak

På bakgrunn av funn fra analysene på nivå 1 og 2, har vi vurdert hvorvidt eksisterende informasjonstiltak er egnet for å nå målgruppene med ønsket informasjon og virkning, og hva det er behov for å endre i kommunikasjonen. Vurderingen er basert på analysen av hvordan eksisterende informasjonstiltak er utformet og formidlet, sett opp mot uttrykte behov for

nøkkelaktører, brukergrupper og eksisterende forskning og rapporter som vurderer tiltakenes virkning.

På bakgrunn av denne vurderingen har vi identifisert udekkede behov i formidlingen om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold i dag og utarbeidet en bruttoliste med anbefalinger til mulige tiltak som kan imøtekomme disse behovene.

Den gjennomgående antakelsen som ligger til grunn for vurderingen er at formidling om et stort, følsomt og komplekst emne med mange målgrupper. Dette betyr overordnet sett at det er behov for et mangfold av formidlingsprodukter og -tiltak som har ulike formål og som er rettet mot de forskjellige relevante målgruppene. Det betyr at vi konsekvent vurderer hvert enkelt formidlingsprodukt i bevisstheten om at det enkelte produkt ikke alene kan endre den atferden som fører til negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Det skal mer til – for eksempel formidling til både unge, deres foreldre og fagpersonene rundt dem. De unge og foresatte er også ulike steder i både erkjennelse og modningsprosess. En betingelse for dette brede perspektivet er at vi forventer at formidling kan medvirke til den ønskede atferden hos alle målgruppene i alle situasjonene (selv om formidling neppe kan forventes å løse hele problematikken i seg selv). Samtidig endrer hensynet til den store sammenheng ikke på at det enkelte produkt skal vurderes på egne premisser. Kommunikasjonsteoretisk er det ikke noe til hinder for å lage store formidlingstiltak sammensatt av mange enkeltprodukter, hvis produktene hver især er målrettet (differensiert) og koordinert rundt et overordnet formål samt en identitet som for eksempel kan uttrykkes med en visuell stil eller en kjernefortelling.¹⁸

¹⁸ Se fx *På tværs af medierne* af Steen K. Rasmussen og Anja Bechmann Petersen (2010) og *Tværmedial kommunikation- Producent-, bruger- og hverdagsperspektiver*, Kjetil Sandvik (2018)

4. INNSIKT OM EKSISTERENDE INFORMASJONSTILTAK

I dette kapitlet redegjør vi for funn knyttet til eksisterende informasjonstiltak.

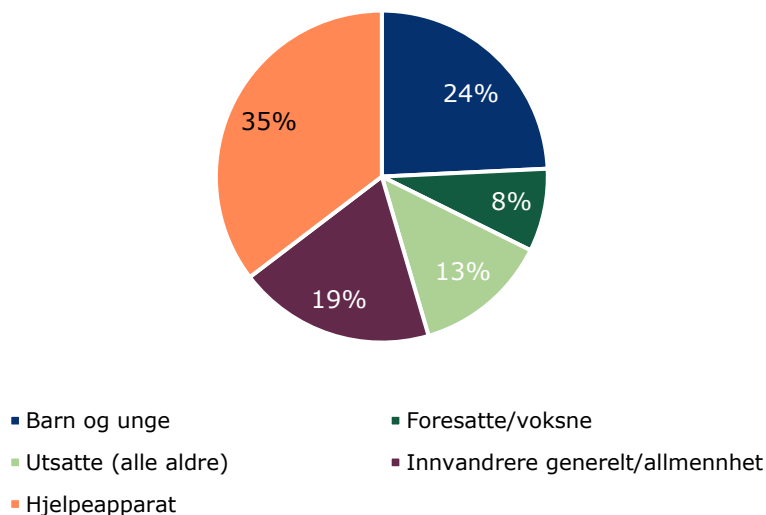
Først beskriver vi erfaringer og funn fra dokumentetsøket, etterfulgt av analyser av et utvalg identifiserte informasjonstiltak. Deretter redegjør vi for kunnskap fra eksisterende forskning og utredning om kommunikasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

4.1 Erfaringer og funn fra dokumentetsøk

Vi gjennomførte et omfattende dokumentetsøk for å identifisere informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, og vi har identifisert informasjonstiltak på ulike plattformer, med ulike avsendere og som retter seg mot ulike målgrupper.

Figuren under viser en oversikt over hvordan de identifiserte informasjonstiltakene i dokumentetsøket fordeler seg på målgruppe. Som vist finnes det aller flest informasjonstiltak som retter seg mot hjelpeapparatet, som er i kontakt med sluttbrukere og som skal videreformidle informasjonen (35 tiltak). Vi ser videre at det finnes en del informasjonstiltak som skal informere om fenomenene og særskilte tjenester som er rettet mot ungdom (24 tiltak), og derimot svært få informasjonstiltak med dette formålet rettet mot foresatte/voksne (8 tiltak). Det finnes også noen informasjonstiltak som er mer spesifikt rettet mot personer som er utsatt og som trenger hjelp om hvordan de kan ta kontakt (13 tiltak). Til slutt ser vi at det finnes en del informasjonstiltak som har en bredere målgruppe, enten allmennheten eller innvandrere generelt (19 tiltak).

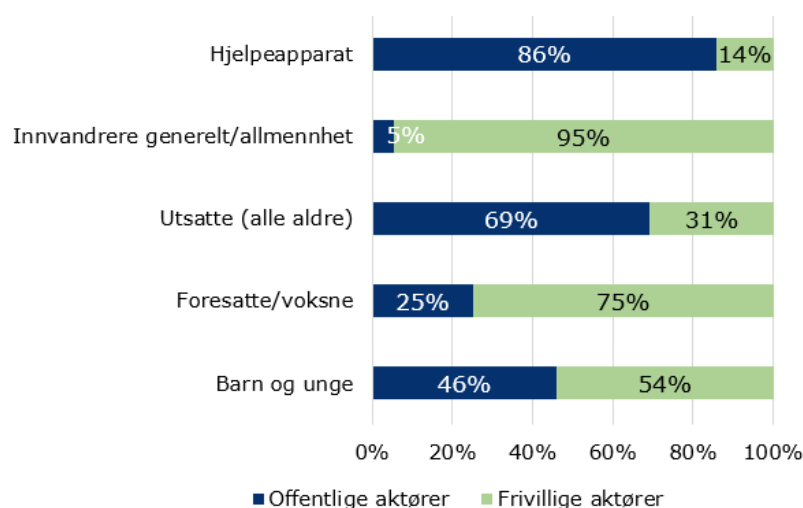
Figur 4-1 Fordeling av informasjonstiltak på målgruppe



Figuren under viser hvordan fordelingen av de identifiserte informasjonstiltakene er på hhv. offentlige aktører og frivillige organisasjoner som avsender. Når det gjelder tiltakene rettet mot barn og unge ser vi at både offentlige aktører og frivillige aktører er svært aktive, og står for omtrent halvparten av de identifiserte tiltakene hver. Når det gjelder foreldre som målgruppe ser vi derimot at frivillige organisasjoner står for tre fjerdedeler av tiltakene, og det offentlige står for en fjerdedel av tiltakene. Det offentlige har størst andel informasjonstiltak rettet mot utsatte

personer (69 prosent), mens frivillige organisasjoner står for en noe mindre andel av disse informasjonstiltakene (31 prosent). Informasjonstiltakene rettet mot hjelpeapparat er i all hovedsak utgitt av offentlige aktører (86 prosent), og en liten andel er utgitt av frivillige aktører (14 prosent).

Figur 4-2 Fordeling av informasjonstiltak på offentlige aktører og frivillige organisasjoner



Gjennom dokumentetsøket identifiserte vi både informasjonstiltak som har som primært formål å gi informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Vi har også inkludert tiltak vi har funnet som har negativ sosial kontroll og æresrelatert vold som deltema, for eksempel som tema i en episode i en podkast med et noe bredere tema, samt tiltak som informerer om bredere eller relaterte tema – som for eksempel vold i nære relasjoner og krysskultur. Fra dokumentetsøket er følgende erfaringer og funn som er relevante å trekke frem:

- Det finnes mye informasjon, men noe er vanskelig å finne
- Mange informasjonstiltak rettet mot tjenesteapparatet
- Få informasjonstiltak rettet mot foresatte og foreldre
- Ungdom og utsatte som sentral målgruppe
- Få informasjonstiltak på sosiale medier
- Ulik begrepsbruk om tematikken

Disse funnene utdypes nærmere under.

4.1.1 Mye informasjon, men noe er vanskelig å finne

Gjennom dokumentetsøket brukte vi ulike plattformer og søkeord for å finne frem til eksisterende informasjonstiltak. En del av nettsidene har god synlighet når man benytter de riktige ordene som benyttes i informasjonstiltakene. En erfaring fra søket var imidlertid at vi ikke klarte å identifisere alle relevante informasjonstiltak gjennom søket, og at aktører fra direktorater og frivillige organisasjoner måtte hjelpe oss med å supplere listen med sine informasjonstiltak.

Dette gjelder blant annet IMDis nettportal om tematikken, Nora, som ikke dukker opp i Google-søk etter «negativ sosial kontroll» eller «æresrelatert vold». Bufdirs «Tilbud til deg som opplever negativ sosial kontroll, æresrelatert vold eller tvangsekteskap» er et annet eksempel som var vanskelig å finne frem til, noe som antakelig kommer av at den ikke kommer høyt opp på treff på Google-søk og at informasjonssiden er en underside som man først finner frem til etter flere klikk.

Det har også vært utfordrende å finne informasjonstiltak på sosiale medier fordi søkeord eller emneknagger må stemme akkurat med det som er lagt ut.

Det er også et par nettsider som har to ulike navn og url-adresser, som kan virke forvirrende. Dette gjelder www.tvangsekteskap.no og https://bufdir.no/vold/Tvangsekteskap_og_aeresrelatert_vold/ som er samme nettside, og <https://rodekorstelefonen.no/> og www.aeresrelatertvold.no som begge er til Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse.

Det finnes også egne nettsider med lite informasjon, som IMDi side Ditt eget valg <https://www.imdi.no/dittegetvalg/> hvor det ligger tre videoer og råd til hvor man kan ta kontakt hvis man trenger hjelp. Det samme innholdet ligger også på Nora-portalen, som er en annen nettside fra IMDi.

Videre har vi ikke hatt tilgang til lukkede grupper eller uformelle nettverk, hvor det også deles mye informasjon. Tidligere undersøkelser viser at brukere ofte benytter uformelle nettverk for å tilegne seg informasjon.¹⁹ Dette kan bety at det finnes informasjonstiltak eller plattformer for informasjonsutveksling som ikke er identifisert i dette prosjektet, og det kan være nyttig å ta med seg disse plattformene i det videre arbeidet med informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. For å komme nærmere på hva som ligger i slike grupper og nettverk må man gjøre nærmere undersøkelser av disse. For å bote på dette har vi snakket med flere frivillige organisasjoner som er tett på befolkningen og i større grad har innsikt i slike kanaler. Er man innenfor et slikt nettverk kan man dermed ha tilgang på mer/annen informasjon enn den vi har identifisert gjennom søket. Tiltak som produseres og deles i slike lukkede nettverk er imidlertid ikke tilgjengelig for andre som søker informasjon.

Videre kjenner vi til at det er spredt en del brosjyrer og plakater som for eksempel er tilgjengelig på skoler. Disse har vi forsøkt å identifisere gjennom kontakt med frivillige organisasjoner, direktorater og en skole. Det finnes antakeligvis flere slike analoge informasjonstiltak enn det som er identifisert.

4.1.2 Mange informasjonstiltak rettet mot tjenesteapparatet

Selv om formålet har vært å identifisere informasjonstiltak rettet mot unge og foresatte, har vi registrert at en stor andel av treffene i søket etter informasjonstiltak er rettet mot tjenesteapparatet og har dette som sin primære målgruppe.

Blant disse er det blant annet mange veiledere og retningslinjer, som eksempelvis *Håndbok for håndtering av saker om negativ sosial kontroll, tvangsekteskap, barneekteskap og æresrelatert vold* som IMDi har utarbeidet, *Veiviser om kjønnslemlestelse* som er laget av Bufdir til de som jobber med jenter i risikozonen, *Negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og æresrelatert vold – en veileder til barnevernstjenesten*, *Rutiner i skolens arbeid mot negativ sosial kontroll og tvangsekteskap*, *Retningslinjer om etterlatte barn i utlandet*, *NAVs veileder mot vold i nære relasjoner og menneskehandel*, *Krisesenterveileder - Faglig veileder for innholdet i krisesentertilbudet* m.fl. HKdirs (tidligere Kompetanse Norge) *Retningslinjer for kommunal voksenopplæring* fra 2021, handler om informasjon og varsling mellom offentlige etater i saker om negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og kjønnslemlestelse, og er utviklet for å bedre inkludere voksenopplæringen i dette arbeidet.

¹⁹ Se eksempelvis Rambøll (2021) *Mediebruk blant innvandrere under pandemien* og Rambøll (2020) *Informasjonsinnhenting for Livshendelsen Ny i Norge*.

Vi har i tillegg identifisert workshops, kurs og konferanser for tjenesteapparatet som omhandler negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Det er nasjonale kompetansesentre som har som sitt mandat å kompetanseheve tjenesteapparatet, slik som RVTS. I tillegg er tjenesteapparatet en av målgruppene til særskilte hjelpetjenester som integreringsrådgivere og minoritetsrådgivere, som blant annet arrangerer samlinger.

Videre er det identifisert flere læringsopplegg som lærere kan benytte i voksenopplæringen, videregående skole og grunnskole.

Offentlige aktører har utviklet flest av disse tiltakene, men også noen frivillige organisasjoner har utviklet tiltak rettet mot for eksempel lærere.

4.1.3 Ungdom og utsatte som en sentral målgruppe

Vi har videre identifisert mange informasjonstiltak rettet mot ungdom. Tiltakene retter seg enten mot ungdom generelt, ungdom med innvandrerbakgrunn eller utsatte ungdom spesifikt. Informasjonstiltakene bærer preg av å gi informasjon og kunnskap om temaene, slik at ungdommene skal kjenne igjen fenomener, og å gi informasjon om hvordan man kan oppsøke hjelp.

Stort sett alle informasjonstiltakene rettet mot ungdom har som formål om å både gi informasjon om fenomen og handlingsalternativer. Informasjonen om fenomen og handlingsalternativer er formidlet på ulike plattformer og i ulike formater. Eksempel på dette er utdrag fra lovgivning, videoer som på ulike måter fremstiller personer som har blitt utsatt for ulike former for negativ sosial kontroll eller æresrelatert vold, slik som ulike innholdselementer på IMDis Nora-portal *Film om tvangsekteskap*, *Film om å bli sendt bort*, *Film: Nora forstår* og videofilmer som Røde Kors har laget sammen med dansegruppen Kingwings Crew hvor dansere viser sine budskap om negativ sosial kontroll. Informasjonen rettet mot utsatte spesifikt har et tydeligere fokus på å informere om handlingsalternativer og særskilte hjelpetjenester.

Det finnes også mye tekst rettet til ungdom, enten for å vise frem eksempler og historier fra virkeligheten om ungdommers opplevelser av negativ sosial kontroll, som på Nora-portal. Informasjonstiltakene innebærer i tillegg ofte henvisninger til hvor man kan søke hjelp slik som Ung.no sine undersider om for eksempel negativ sosial kontroll, tvangsekteskap, ære og reiser til utlandet som man bekymrer seg for, som henviser til relevante hjelpetelefoner og hjelpeapparat. Ung.no og Røde Kors-telefonen har også interaktive plattformer der man hhv. kan stille spørsmål om temaet og hvor man kan chatte eller ringe inn for å få anonym hjelp.

Mange av tiltakene særlig er rettet mot ungdom med flerkulturell bakgrunn som både kan være i fare for å bli utsatt, eller som er utsatt for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Vi ser at både offentlige aktører og frivillige organisasjoner er aktive i å dele informasjonstiltak om tematikk innenfor negativ sosial kontroll og æresrelatert vold rettet mot ungdom.

4.1.4 Få informasjonstiltak rettet mot foresatte

Vi finner derimot få informasjonstiltak som retter seg mot foresatte spesifikt. Av informasjonstiltak som er rettet mot foresatte og har som primært formål å gi informasjon om negativ sosial kontroll eller tilgrensende tematikk, finner vi kun 8 stk. Til sammenlikning er det tre ganger så mange av de identifiserte tiltakene som retter seg mot ungdom. Tiltakene som retter seg mot foreldre inkluderer blant annet to ulike former for deltakerrettet materiell til voksenopplæring og introduksjonsprogram utviklet av det offentlige. Videre finnes den offentlige nettsiden *Foreldrehverdag*, som gir råd til personer med barn fra baby- til ungdomsalder og som

har mer generell tematikk, men også er inne på for eksempel grensesetting overfor ungdom. Denne siden er imidlertid bred og ikke særlig spisset på negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Ellers finner vi 6 tiltak rettet mot foresatte som er utviklet av frivillige organisasjoner. Dette omfatter blant annet et par dialogsamlinger – *Et liv uten frykt og tvang* av Multikulturelt Initiativ og Ressursnettverk (MIR) som gjennomfører dialogseminarer med foreldre om tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll, og *Generasjonsdialog* som arrangeres av Tusmo Association der ungdom og foreldrene deres snakker sammen om kultur og tradisjoner. MIR har også publisert en Youtube-video med informasjon om negativ sosial kontroll til foreldre. Voksne for Barn har laget en *veileder til foreldre om hvordan oppdra barn som krysskulturelle/unge med tilhørighet til flere kulturer* som finnes på ulike språk. Organisasjonen SEIF har et informasjonstiltak kalt *Mitt Liv Mitt valg*, hvor de har én versjon tilpasset voksne og én versjon tilpasset ungdom, som de gjennomfører på voksenopplæringscentre. Dette tiltaket har fokus på vold i nære relasjoner og negativ sosial kontroll. Dette blir foreløpig bare gjennomført i Tromsø, men de har søkt midler for å også gjennomføre informasjonstiltaket flere steder. Skeiv Verden har et nytt prosjekt som heter *Nettverksprosjektet* som har som mål å styrke primærnettverket til LHBTIQ+ personer med minoritetsbakgrunn. Dette tiltaket innebærer veiledning og støtte til foreldre, pårørende og andre nære personer.

Vi ser med dette at en del informasjon som gis til voksne og foresatte er prosessbaserte og gjennomføres som møter og samtaler, fremfor å kun dele ut eller tilgjengeliggjøre informasjon på for eksempel internett som er tydelig målrettet foresatte og handler om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Disse har tydelig formål om å gi kunnskap og bevisstgjøring. Ettersom flere at disse tiltakene er dialogbaserte, har vi imidlertid ikke innsikt i hva som formidles i dialogene spesifikt.

Ut fra intervjuer får vi høre at mange organisasjoner velger dialogbaserte formater for informasjonsspredningen til foresatte, fordi det tillater mer tilpasset informasjon og opparbeidelse av tillit mellom den som formidler og deltakere, noe som legger til rette for en dypere dialog og forståelse. Det er også nevnt at det tar tid å skape nødvendig bevissthet og om nødvendig, holdningsendring og atferdsendring, og at man derfor må jobbe med slike grupper over tid.

4.1.5 Få informasjonstiltak på sosiale medier

Vi har søkt aktivt etter informasjonstiltak på sosiale medier. Det er først og fremst delelementer på nettsider som også ligger tilgjengelig på sosiale medier, som videoer som både ligger på en nettside og på YouTube.

Vi har funnet at det er nokså få informasjonstiltak på sosiale medier, og få treff på de ulike formidlingsproduktene som ligger ute. Der vi har funnet mest relevante informasjonstiltak er på YouTube eller Vimeo, eller i en podkast, men disse har gjerne få visninger. Et eksempel på dette er videoen til MIR om negativ sosial kontroll som på undersøkelsestidspunktet har hatt 369 avspillinger på YouTube siden februar 2020. Røde Kors-telefonens video om negativ sosial kontroll har på undersøkelsestidspunktet 182 avspillinger på Youtube, etter å la ligget ute i nesten tre år.

Vi finner noen bruk av enkelte emneknagger relevant til tematikken, som #negativsosialkontroll på Instagram, men bruken begrenser seg til et fåtall frivillige aktører, offentlige aktører og enkeltpersoner. Dette kan tyde på at det tilsynelatende ikke finnes et mye brukt «online community» for de unge hvor slike tematiske deles, med mindre dette finnes i lukkede fora.

4.1.6 Ulik begrepsbruk om tematikken

Negativ sosial kontroll er et relativt nytt begrep, som tidligere ble omtalt som «tvangsekteskap» og «kjønnslemlestelse». Siden negativ sosial kontroll er et nokså bredt begrep, har vi i dokumentetsøket også brukt andre begreper, som synonymmer eller eksempler på negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, for eksempel psykisk, fysisk og økonomisk vold. Vi har også vært bevisst på og har gjennom søket identifisert at enkelte aktører bruker positive kontraster til negativ sosial kontroll, f.eks. empowerment, livsmestring, og retten til å leve et fritt liv. Gjennom bruk av alternative begreper har vi funnet noen flere informasjonstiltak. Et eksempel på dette er «Frihet, JA!»²⁰ som gjennomføres av Menneskerettighetsakademiet, og som omhandler dialog og refleksjon som skal styrke deltakernes egenverd og mestringsfølelse, der målet blant annet er å bekjempe negativ sosial kontroll.

4.1.7 Informasjon på ulike språk

Blant informasjonstiltakene som er gjennomgått, finner vi at de aller fleste kun har informasjon tilgjengelig på norsk. Mer enn 4 av 5 informasjonstiltak hvor tekst, lyd eller video er hovedelementet (i.e. ikke samtale- eller seminarbasert) er kun tilgjengelig på norsk. Dersom materialet er tilgjengelig på et annet språk, er det som oftest tilgjengelig på engelsk eller samisk. Noen av tiltakene er også tilgjengelig på amharisk, arabisk, farsi, fransk, polsk, somali, tigrinja, tyrkisk og /eller urdu. Andre språk som er identifisert, men kun i svært få tilfeller, inkluderer albansk, bosnisk/kroatisk/serbisk, dari, kurmanji, pashto, portugisisk, russisk, sorani, spansk, swahili, tagalog, thai og vietnamesisk.

Blant informasjonstiltakene er det de som er rettet mot unge, innvandrere og hjelpeapparatene som i størst grad synes å ha oversettelser til andre språk. For utsatte generelt og voksne/foresatte, er det ingen av de identifiserte tiltakene som har språkalternativer utover et par tilfeller av engelsk eller samisk. Det skal bemerkes her at tiltakene rettet mot foresatte i større grad er dialogbasert og at vi i intervjuer har hørt at disse ofte gis på språk som deltakerne forstår.

Fra nettsiden Zanzu.no, som har nettsidene sine tilgjengelig på norsk, engelsk, fransk, tyrkisk, arabisk, farsi, polsk, somali og tigrinja, har vi fått informasjon om at 71 prosent av de besøkende på nettsiden (fra Norge) hittil i år (per november 2021) har hatt norsk som språkinnstilling, 14 prosent har hatt engelsk, 6 prosent har hatt polsk og rundt 1,5 prosent har hatt arabisk som språkinnstilling. Informanten forteller at det er ukentlig omtrent 600 besøk fra brukere i Norge, men at nettsiden for tiden er mest populær i Somalia og Tyrkia. De fleste av disse oppsøker imidlertid den norske oversettelsen av siden, som de selv oppgir at tyder på at de ikke helt har klart å treffe primærmålgruppen som er personer med kort botid i Norge.

En informant vektlegger viktigheten av å gi informasjon tidlig etter ankomst og på et språk mottakerne forstår godt. Informanten forteller at det derfor er relevant å tilpasse språk etter hvilke språkgrupper som innvandrer, som i dag og fremover blant annet omfatter arabisk, sorani, somali, urdu og pashto. Informanten vektlegger imidlertid at oversatte tekster eller andre rene informasjonstiltak i seg selv ikke er nok til å oppnå kunnskap, forståelse, og ønsket atferd og handling – men at dette må ses i sammenheng med andre tiltak.

4.1.8 Europeiske tiltak

Vi har gjennomført et søk etter europeiske informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, for å identifisere om det er noen slike tiltak som kan ha overføringsverdi til Norge. Vi har fått noen tips fra Rambøll-ansatte i Danmark og Tyskland, samt gjort et Google-søk.

²⁰ <http://www.menneskerettighetsakademiet.no/nyhetsarkiv/2021/item/722-frihet-ja-oppl%C3%A6ring-mot-negativ-sosial-kontroll.html>

I søket identifiserte vi ingen oversikter fra studier eller best practice-eksempler finansiert av Europakommisjonen, som var første inngang. På EU-nivå fikk vi ingen treff da vi søkte på «EU Commission» og «Negative Social Control», «Honour Based/Related Violence», «Information/Communication campaigns». De fleste av funnene er identifisert gjennom nettsidene til interesseorganisasjoner/tilbud som jobber opp mot tematikken.

Identifiserte informasjonstiltak begrenser seg derfor til nordiske og engelskspråklige tiltak, grunnet språk. Det overordnede inntrykket fra Google-søket er at det finnes mange offentlige institusjoner og interesseorganisasjoner i Europa som jobber for å forebygge negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. De fleste av disse har mye informasjon på hjemmesidene, men det har vært vanskelig å finne informasjonskampanjer utover dette. Et annet inntrykk er at de nordiske landene har kommet «lengre» i informasjonsarbeidet og utviklingen av informasjonskanaler – her må vi imidlertid ta forbehold om språklige barrierer for et fullstendig søk etter europeiske informasjonstiltak.

Blant særlig interessante tiltak er det verdt å nevne den svenske informasjonskampanjen *Jag Vill Veta*²¹. Kampanjen benytter seg av videoer av unge skoleelever og en egen emneknagg som skal bevisstgjøre en nettside hvor barn mellom 4 og 17 år kan finne informasjon om deres rettigheter, hvordan de kan kjenne igjen og bevisstgjøre vold og urett, og hvor de kan oppsøke hjelp. Nettsiden er «barnevennlig utformet»; de minste barna kan spille et spill og de eldre ungdommene kan enkelt navigere seg rundt etter informasjon.

Et annet interessant tiltak er informasjonskampanjen *De Modige Kvinner*²², hvor Styret for International Rekruttering og Integration (SIRI) har publisert tre videoer der danske kvinner forteller sine historier knyttet til negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Videoene deles på YouTube.

I Tyskland har det oppstått en såkalt postkortkampanje mot æresdrap og æresrelatert vold. Kampanjen ble startet av organisasjonen «Terres des femmes» som avbildet to ungdom med innvandrerbakgrunn på postkort med korte budskap som eksempelvis «Ære er å kjempe for min søsters frihet» og «Hvem bestemmer hvem jeg gifter meg med – jeg!» (fritt oversatt). Postkortene ble etter hvert spredd over hele Tyskland på arabisk og tyrkisk, og ble distribuert spesifikt på arenaer som frekventeres av menn, som kafeer og sportsklubber. Det ble også planlagt å lage tilsvarende plakater. En evaluering viser at postkort og plakater ble bestilt av private og offentlige aktører, og ble brukt inn i skoleundervisning, til å henge opp på offentlige steder, og fungerer primært som en åpning for å diskutere tematikken. Postkortene skapte reaksjoner – blant annet ble ungdom forferdet over at tvangsekteskap og æresdrap skjedde med ungdom på deres alder og i deres eget sosiale miljø. For noen var det imidlertid vanskelig å relatere til tematikken. Evalueringen viser også at noen ungdom med innvandrerbakgrunn var motvillig til å prate åpent om tematikken og noen motsa «insinuasjonene» som var rettet mot deres etniske bakgrunn. Andre igjen delte egne opplevelser, eller tok initiativ til å diskutere tematikken. Blant sosiale institusjoner skapte det bevissthet rundt tematikken og at man må være bevisst dette i møte med ungdom. Funnene viser at ungdom med innvandrerbakgrunn følte seg adressert av kampanjen. Denne kampanjen startet riktignok tilbake i 2005.

En generell betraktning når det gjelder overføring av tiltak fra ett land til et annet land, er viktigheten av å sikre at tiltakene tilpasses kontekst. Både begrepsbruk, kanalbruk, utbredelse av fenomen og kjennskap til tematikken i samfunnet kan variere fra land til land, noe som må tas høyde for i en slik prosess.

²¹ <https://www.jagvillveta.se/>

²² <https://www.facebook.com/modigekvinder/>

4.2 Hva vet vi om effekt av informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold

På områder som integrering, sosial og velferd kan det være utfordrende å fremskaffe sikker evidensbasert kunnskap om hva som virker best (effekt i streng forstand). På slike områder er det derfor hensiktsmessig å ta utgangspunkt i ulike troverdige kunnskapskilder.

I dette kapitlet har vi sammenfattet funn fra ulike forskningsrapporter som på ulike måter belyser effekt eller virkning av informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Vi finner i gjennomgang av tidligere forskning og evalueringer at det ikke er gjennomført mange effektevalueringer av informasjonstiltak med denne tematikken. Vi har derfor også inkludert tidligere forskning og evalueringer som undersøker effekter av informasjonstiltak rettet mot foreldre, ungdom og minoritetspråklige.

Basert på litteratursøket finner vi at det er gjennomført få effektstudier av informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Statistikken på antall avdekte saker og/eller henvendelser kan være nyttig å studere. Antallet henvendelser til Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll er stigende. I 2018 veiledet de i totalt 595 enkeltsaker, i 2019 669 saker og i 2020 649 saker. De to siste årene har Kompetanseteamet hatt det høyeste antallet saker per år siden teamet ble opprettet i 2004.²³ Det er imidlertid ikke sikkert om dette skyldes økt forekomst av tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll, eller større bevissthet rundt tematikken, rettigheter og de særskilte hjelpetjenestene, og/eller bedre samarbeid mellom de særskilte hjelpetjenestene.

I 2020 ga minoritetsrådgivere råd og veiledning i totalt 723 saker, som tilsvarer en økning på 33 prosent fra 2019. Flest saker omhandler jenter og personer med opprinnelse fra Syria, Somalia, Pakistan og Irak. Flest saker handler om negativ sosial kontroll, etterfulgt av trusler/vold. I 2020 ga integreringsrådgiverne råd og veiledning i totalt 250 saker. Antall saker har holdt seg relativt stabilt sammenliknet med 2019. Over halvparten av disse sakene handler om personer som er etterlatt i utlandet etterfulgt av andre familierelaterte saker. Sakene gjelder flest jenter og personer med opprinnelse fra Somalia, Irak og Syria.²⁴

Årsakene er sannsynligvis sammensatt. Det er heller ikke mulig å spore økningen direkte til enkelte informasjonstiltak.

4.2.1 Kunnskap om hvordan informasjonstiltak med formål om å endre holdninger og påvirke kjerneverdier bør innrettes

VIVE-rapport (2021) - Undersøgelse af tre indsætser over for negativ social kontrol samt radikaliserings^{25 26}

VIVE gjennomførte et forskningsprosjekt på oppdrag fra Styrelsen for International Rekruttering og Integration (SIRI) i Danmark, der de undersøkte hvordan utvalgte innsatser som etterstreber

²³ Bufdir (2021). Årsrapport 2020. Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll. <<https://www.bufdir.no/Bibliotek/Dokumentside/?docId=BUF00005352>>

²⁴ IMDi (2021). Arbeid mot negative sosial kontroll og æresrelatert vold i 2020. Tallrapportering for IMDis minoritetsrådgivere og integreringsrådgiverne sitt arbeid mot negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. <[Arbeid mot negativ sosial kontroll og æresrelatert vold i 2020 \(imdi.no\)](https://www.imdi.no)>

²⁵ Liversage, A. & Mehlsen, L. (2021). *Undersøgelse af tre indsætser over for negativ social kontrol samt radikaliserings*. VIVE – Viden til Velfærd, Det Nationale Forsknings- og Analysecenter for Velfærd. <<https://www.vive.dk/media/pure/15949/5349276>>

²⁶ Liversage, A. (2021, 22.februar). Undersøgelse af tre indsætser over for negativ social kontrol samt radikaliserings. <<https://www.vive.dk/da/udgivelser/undersogelse-af-tre-indsatser-over-for-negativ-social-kontrol-samt-radikaliserings-15949/>>

holdningsendring virker i praksis. Formålet med undersøkelsen var å bidra med innsikt i det videre arbeidet med liknende innsatser. Rapporten består av kvalitativ data innhentet fra de tre innsatsene.

To av innsatsene inkludert i undersøkelsen er en del av den nasjonale handlingsplanen om forebygging av æresrelaterte konflikter og negativ sosial kontroll. Den ene var «Dialogkorpset» som har workshops for unge og foreldre med primært etnisk minoritetsbakgrunn, hvor de tar opp likestilling og individuelle rettigheter og forsøker å fremme holdningsendringer på temaene. Den andre var innsatsen «Meningsdannernetværket» som er et opplegg som baserer seg på «meningsdanneres» personlige erfaringer med negativ sosial kontroll, hvor formålet er å støtte andre unge til å ta et oppgjør med undertrykkende normer. Den tredje innsatsen som ble undersøkt var «Dialogbaserte workshops om radikaliserings og diskriminering», som retter seg mot forebygging av radikaliserings og ekstremisme. Dette tiltaket gjennomføres på ulike utdanningsinstitusjoner, og er rettet mot unge. Innsatsen tar utgangspunkt i forebygging, og gjør dette ved både kunnskapsformidling og dialog. Ambisjonene for de tre innsatsene er forskjellige, der ønsket med Dialogkorpset og Meningsdannernetværket er at de skal være holdningsendrende og bidra til å minske omfanget av negativ sosial kontroll og æresrelaterte konflikter, mens «Dialogbaserte workshop om radikaliserings og diskriminering» har en ambisjon om å forebygge radikaliserings og ekstremisme.

Hovedfunnene fra undersøkelsen viser at det er flere faktorer som kan virke både hemmede og fremmede for å lykkes med innsatsene. Formidlerne av innsatsene har en stor og viktig rolle, og blir sett på som det mest sentrale «virkemiddelet» i arbeidet. Hvilke kvalifikasjoner og engasjement formidlerne har, har stor betydning. Gjennom den empiriske undersøkelsen kommer det frem at det kan fungere positivt på å engasjere målgruppen og bidra til at deltakerne tar formidlerne alvorlig, dersom både formidlere og deltakere har etnisk minoritetsbakgrunn. Samtidig kan sammenhengen mellom etnisk minoritetsbakgrunn og negativt sosiale fenomener vekke motstand blant deler av målgruppen. Det blir videre trukket frem som viktig at målgruppen har tillit til avsender av innsatsen og avsenderens formål, og at de føler seg behandlet med respekt. Det kommer også frem i undersøkelsen at formidling av fakta kan være en god strategi å bruke i noen sammenhenger, men at dette må tilpasses situasjon og kontekst. Hvordan man tar i mot et budskap og hvordan man oppfatter det kan både variere mellom målgrupper og fra person til person.

Undersøkelsen viser at innsatser som ønsker å endre målgruppens kjerneverdier er vanskelig å lykkes med. Det kan virke hemmende for innsatsen hvis formidlerne og målgruppen er uenig og har ulikt syn på de temaer som innsatsen retter seg mot. Hvis medlemmer av målgruppen opplever at man forsøker å oppdra eller endre dem, kan dette bidra til at medlemmene ikke engasjerer seg i innsatsen, men heller prøver å ta avstand. Litteraturen som er gjennomgått i forbindelse med undersøkelsen viser at man ikke kan anta at kortvarige eller enkeltstående innsatser vil gjøre store innvirkninger på holdninger og praksis. Samtidig kan innsatsen bidra positivt med å skape engasjerende debatter og viktige dialoger, som er viktige i seg selv om det ikke kan garantere holdningsendringer hos målgruppen.^{27 28}

Oppsummert leser vi fra disse funnene fra VIVE-rapporten at kommunikasjonsinnsatser som ikke alene skal formidle kunnskap, men også skal påvirke kjerneverdier bør være:

- Personlig, gjerne med bruk av rollemodeller

²⁷ Liversage, A. & Mehlsen, L. (2021). *Undersøgelse af tre indsatser over for negativ social kontrol samt radikaliserings*. VIVE – Viden til Velfærd, Det Nationale Forsknings- og Analysecenter for Velfærd. <<https://www.vive.dk/media/pure/15949/5349276>>

²⁸ Liversage, A. (2021, 22.februar). *Undersøgelse af tre indsatser over for negativ social kontrol samt radikaliserings*.

<<https://www.vive.dk/da/udgivelser/undersogelse-af-tre-indsatser-over-for-negativ-social-kontrol-samt-radikaliserings-15949/>>

- Faktabasert (selv om noen fakta kan være kontroversielle)
- Dialogbasert, formidling ansikt til ansikt
- Servicedesignet, som innebærer påvirkning over tid og gjennom flere kontaktpunkter
- Snever målgruppedefinisjon slik at målgruppene kjenner seg igjen

4.2.2 Informasjonstiltak rettet mot foreldre og foresatte som målgruppe

Rambøll (2020) – Foreldreveiledning til deltakere i introduksjonsprogram²⁹

Foreldreveiledning kan være en nyttig arena for informasjonsformidling til foreldre og foresatte, og har noe felles tematikk og metode som informasjonstiltak om negativ sosial kontroll rettet mot foreldre.

Tidligere undersøkelser peker på at det er viktig å tilpasse veiledning i møte med minoritetspråklige både når det gjelder struktur og språk, hvilket kursmateriale man har og hvem som er veileder.³⁰ I kartleggingen av foreldreveiledning til deltakere i introduksjonsprogram kommer det frem viktige suksessfaktorer for gjennomføring av foreldreveiledning i introduksjonsprogrammet. Kultursensitivitet blir trukket frem som viktig tilpasning når foreldreveiledning gis til minoritetspråklige foreldre, og at det er viktig å trekke på foreldrenes egne erfaringer og forståelse for å bidra til at de opplever at deres erfaringer også er verdifulle. Informantene forteller videre at det er viktig å jobbe med å skape tillit mellom veileder og deltaker, at man ikke er belærende i arbeidet, og at veiledningen gis i omgivelser som er trygge for deltakerne. Hvem som er veileder har også noe å si for deltakernes trygghet og tillit.³¹

Det er utviklet ulike metoder for foreldreveiledning, og noen er tilpasset foreldre med minoritetsbakgrunn og er effektivt vurdert. I rapporten om foreldreveiledning til deltakere i introduksjonsprogrammet ble noen av disse metodene beskrevet³²:

Metoden **International Child Development Program (ICDP)** bygger på nyere kulturorientert utviklingspsykologi og hvor *kultursensitivitet* som kompetanse og holdning står sentralt.³³ ³⁴I tillegg til en standardversjon av ICDP, er det utviklet en versjon av ICDP som er spesielt tilpasset foreldre med minoritetsbakgrunn. I denne versjonen er det ønskelig at *én av to veiledere i veilederparet selv skal ha minoritetspråklig bakgrunn* for å kunne nå foreldrene på deres eget *morsmål*. ICDP minoritetsversjon er ment å skulle bidra til å bygge bro mellom foreldrenes erfaringer fra opprinnelseslandet og Norge, og en minoritetsveileder som kjenner foreldrene i gruppen sin kultur kan bruke egne eksempler og bidra til forståelse og refleksjon hos foreldrene.

Ungsinn (2017) har vurdert ICDP til evidensnivå 3 av 5.³⁵ Dette evidensnivået innebærer at det finnes noe dokumentasjon om tiltakets effekt og at det dermed finnes noe indikasjon på at tiltaket er virksomt, men at det kan være noe usikkerhet knyttet til funnene.³⁶ En studie gjort av Skar et

²⁹ Rambøll (2020). Foreldreveiledning til deltakere i introduksjonsprogram.

<<https://www.imdi.no/contentassets/bfbf48cce23f4864a79affbd245c2632/foreldreveiledning-til-deltakere-i-introduksjonsprogram.pdf>>

³⁰ Van Mourik, K., Crone, M. R., Wolff, M. S og Reis, R. (2017). "Parent Training Programs for Ethnic Minorities: A Meta-analysis of Adaptions and Effect", i: Prevention Science. 18(1), s. 95-105

³¹ Rambøll (2020) Foreldreveiledning til deltakere i introduksjonsprogram. Hentet fra

<<https://www.imdi.no/contentassets/bfbf48cce23f4864a79affbd245c2632/foreldreveiledning-til-deltakere-i-introduksjonsprogram.pdf>>

³² Rambøll (2020) Foreldreveiledning til deltakere i introduksjonsprogram. s.23-27. Hentet fra

<<https://www.imdi.no/contentassets/bfbf48cce23f4864a79affbd245c2632/foreldreveiledning-til-deltakere-i-introduksjonsprogram.pdf>>

³³ Ungsinn (2017, 14.desember). ICDP (2.utg.). Hentet fra <https://ungsinn.no/post_tiltak_arkiv/icdp-2-utg/>

³⁴ Les mer om ICDP som metode her <<https://www.icdp.no/>>

³⁵ Ungsinn (2017, 14.desember). ICDP (2.utg.). Hentet fra <https://ungsinn.no/post_tiltak_arkiv/icdp-2-utg/>

³⁶ Se Ungsinn sin struktur for nye kriterier her: og kriterier for klassifisering her: <https://ungsinn.no/post_artikkel/klassifiseringskriterier-nye-kriterier/>

al. (2014)³⁷ viser at ICDP-veiledning kan ha noe forskjellig virkning på etnisk norske mødre og pakistanske mødre. De norske mødrene rapporterte positive endringer knyttet til engasjement til barna og bruk av positive foreldrestiler, mens endringene ikke var statistisk signifikant for de pakistanske mødrene. I intervjuer med de pakistanske mødrene fremkom det at de brukte mer tid med barna og kommuniserte bedre med barna enn før. De oppga videre at veiledningen hadde medført positive endringer i parforholdet og utvikling av sosiale bånd med andre kvinner.

Parenting Management Training – Oregon/Tidlig innsats for barn i risiko (PMTO/TIBIR)

er et veiledningsprogram som tar utgangspunkt i å skape en positiv relasjon mellom barn og foreldre for å redusere alvorlig problematferd hos barn.³⁸ PMTO og TIBIR bruker samme metode, men med ulik dybde og tid. PMTO er behandlende mens TIBIR er mer rådgivende. PMTO/TIBIR gis ikke universelt. TIBIR gis som selektert eller indikert tiltak, altså foreldre i henholdsvis risiko eller som har problemer som må behandles.³⁹ PMTO gis som indikert tiltak som primær- eller sekundærforebygging.⁴⁰

Det er gjennomført en effektstudie av foreldreveiledning med metoden PMTO på mødre fra Somalia og Pakistan med barn mellom 3 og 9 år. Studien viser at deltakelse i foreldreveiledning med PMTO resulterte i reduksjon av hard disiplin og økt positiv utøvelse av forelderollen. Studien viste også en nedgang i mødrerapporterte atferdsproblemer blant barna. Lærerrapportene viste imidlertid ingen signifikant påvirkning på atferdsproblemer eller sosial kompetanse i barnehage eller skole.⁴¹

De utrolige årene (DUÅ) består av både universalforebyggende og tilrettelagte programmer for å fremme positivt samspill mellom foreldre og barn.⁴² Målgruppene for programmene er foreldre med barn i alderen 0-12 år. Ungsinn har vurdert De utrolige årene BASIC for barn i alderen 3-12 år som har eller som er i risiko for å utvikle atferdsproblemer, og De utrolige årenes universalprogram «Oppmerksomme og utviklingsstøttende foreldre» for foreldre med barn i alderen 2-6 år.⁴³

Ungsinn har vurdert DUÅ foreldretreningsprogram til evidensnivå 4 av 4 (2009), som betyr at det er et dokumentert virksomt tiltak. Det er gjennomført en evaluering av DUÅ for foreldre med minoritetsetnisk bakgrunn i Danmark. Evalueringen tilsier at foreldrene som deltok blant annet fikk innsikt i hvordan de kunne sette grenser og løse konflikter.⁴⁴ Det er også gjort en casestudie av DUÅ for nylig ankomne flyktninger i Løten kommune.⁴⁵ Veiledningen ble tilpasset med bruk av tverrkulturell dialog og kulturtolker, og studien viser hvordan deltakerne oppfatter den kulturelle ansvarligheten i programmet. Studien konkluderer blant annet med at DUÅ har potensial til å inneholde inkluderende og kulturelt ansvarlig kommunikasjon og at tolkens utvidede rolle i dette tilfellet bidro til at deltakerne fikk en arena hvor de kunne opprettholde sin status som foreldre.

³⁷ Skar, A.-M. S., von Tetzchner, S., Clucas, C. og Sherr, L. (2014). «The Impact of a Parenting Guidance Programme for Mothers with an Ethnic Minority Background», i: Nordic Journal of Migration Research 4(3). <<https://sciendo.com/journals/njmr/4/3/article-p108>>

³⁸ NUBU (2021, 29. juni). Parent Management Training – Oregon (PMTO). Hentet fra <<https://www.nubu.no/PMTO/>>

³⁹ Ungsinn (2015, 30.november). TIBIR - Rådgiverintervensjonen (2. utg.). Hentet fra <https://ungsinn.no/post_tiltak_arkiv/tibir-radgiverintervensjonen/>

⁴⁰ Ungsinn (2018, 13.november). Parent Management Training – The Oregon Model (PMTO) som individuell foreldreveiledning (2. utg.). Hentet fra <https://ungsinn.no/post_tiltak_arkiv/parent-management-training-the-oregon-model-pmto-som-individuell-foreldreveiledning-2-utg/>

⁴¹ Bjørknes, R., Manger, T. "Can Parent Training Alter Parent Practice and Reduce Conduct Problems in Ethnic Minority Children? A Randomized Controlled Trial.", i: Prev Sci 14, 52-63 (2013). <<https://link.springer.com/article/10.1007/s11121-012-0299-9>>

⁴² Om De Utrolige Årene. Hentet fra <<https://dua.uit.no/om/>>

⁴³ Ungsinn (2009, 5.november). De utrolige årene (DUÅ) – Foreldretreningsprogram. Hentet fra <https://ungsinn.no/post_tiltak/de-utrolige-arene-dua-foreldretreningsprogram/>

⁴⁴ Les mer om den danske effektevalueringen av DUÅ og etniske minoriteter her: <<https://www.integrationsviden.dk/familie-sundhed/1-udsatte-familier/projekt-om-understottelse-af-foraeldrekompetencer-hos-udsatte-foraeldre-med-minoritetsetnisk-baggrund>>

⁴⁵ Danbolt, A.-M. V. (2019). Cultural responsiveness in the Incredible Years parenting programme for refugees – a case study. Inland Norway University of Applied Sciences

Rambøll (2019) - Evaluering av empowermentkurs for deltakere i introduksjonsprogrammet i Trondheim kommune⁴⁶

Rambøll gjennomførte i 2019 en evaluering av empowermentkurs for kvinnelige deltakere i introduksjonsprogrammet i Trondheim kommune på oppdrag fra IMDi.⁴⁷ Formålet med kurset var å styrke kvinnene som deltok sin autonomi, selvbestemmelse og livsmestring gjennom empowerment som metode. Kurset hadde et voldsforebyggende fokus, med en bred definisjon av vold som blant annet innebar tvang og press, negativ sosial kontroll, kjønnslemlestelse og økonomisk tvang. Kurset bestod av rekrutteringssamtaler, en intervensjonsdel og oppfølgingssamtaler. Hovedfunnene fra evalueringen viser at kvinnene som deltok på kurset opplevde økt selvtillit og at de fikk ny kunnskap. Noen av deltakerne oppga også at de fikk økt selvtillit til å ta egne valg, siden de ble bedre kjent med egne ressurser og rettigheter. De opplevde også økt bevissthet rundt ulike fenomener. I rapporten påpekes det derimot at det er for tidlig å konkludere med om deltakerne har fått varige holdningsendringer og om dette også fører til endringer i atferd. Det er også vanskelig å vite om hva som er driverne blant disse endringene, og hvor stor rolle kurset har i dette.⁴⁸

Rambøll og Halogen (2020) – Informasjonsinnhenting for Livshendelsen Ny i Norge⁴⁹

Rambøll og Halogen gjennomførte prosjektet *Informasjonsinnhenting for Livshendelsen Ny i Norge* for IMDi i 2020. Formålet var å identifisere hvilke behov som må ivaretas for å skape sammenhengende og brukervennlige tjenester. Brukernes egne erfaringer og opplevelser ble satt i sentrum for informasjonsinnhenting. I samtale med brukerne ble det blant annet snakket om hvordan man tilegner seg informasjon. Det kom frem at innvandrere ofte benyttet varierte media og informasjonskilder for å få informasjon, men at mange var avhengige av fysiske møter eller telefonsamtaler med kontaktpersonen i tjenesteapparatet for å få nødvendig informasjon og opplære plikter og rettigheter.⁵⁰

4.2.3 Informasjonstiltak rettet mot ungdom som målgruppe

NIBR (2020) – Mange vil hjelpe, men hjelper det? En gjennomgang av hjelpetjenester for personer utsatt for negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og kjønnslemlestelse⁵¹

NIBR har gjennomført en studie på oppdrag fra Kunnskapsdepartementet som undersøkte hjelpetilbudet til utsatte for negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og kjønnslemlestelse. Datagrunnlaget er basert på intervjuer med nøkkelaktører på nasjonalt nivå, intervjuer og spørreundersøkelse rettet mot hjelpeapparatet, intervju med brukere av ulike typer hjelpetjenester, i tillegg til workshop med elever på videregående skoler.

I workshop med ungdom på videregående skoler kom det frem at ungdom i liten grad fant frem til spesialiserte nettbaserte ressurser da de fikk i oppgave å lete opp hjelp til ungdom som er utsatt for negativ sosial kontroll. Ung.no er nettressursen flest ungdommer fant frem til, mens NORA-nettsiden ikke ble funnet av elevene. Det fremstår som at de mest nærliggende personene å

⁴⁶ Rambøll (2019). *Evaluering av empowermentkurs for deltakere i introduksjonsprogram i Trondheim kommune*. IMDi. Hentet fra <<https://no.ramboll.com/-/media/files/rno/publikasjoner/rapport-empowermentpdf.pdf?la=no>>

⁴⁷ Rambøll (2019). *Evaluering av empowermentkurs for deltakere i introduksjonsprogram i Trondheim kommune*. IMDi. Hentet fra <<https://no.ramboll.com/-/media/files/rno/publikasjoner/rapport-empowermentpdf.pdf?la=no>>

⁴⁸ IMDi (2019, mai). *Evaluering av empowermentkurs for deltakere i introduksjonsprogram i Trondheim kommune*. Hentet fra <<https://www.imdi.no/arkiv/arkiverte-publikasjoner/evaluering-av-empowermentkurs-for-deltakere-i-introduksjonsprogrammet-i-trondheim-kommune/>>

⁴⁹ Rambøll. (2020). *Informasjonsinnhenting for Livshendelsen Ny i Norge*. IMDi. Hentet fra: <<https://www.imdi.no/contentassets/9d289d578a9f49ffb5db6345b8e55c49/informasjonsinnhenting-for-livshendelsen-ny-i-norge.pdf>>

⁵⁰ Rambøll. (2020). *Informasjonsinnhenting for Livshendelsen Ny i Norge*. IMDi. Hentet fra: <<https://www.imdi.no/contentassets/9d289d578a9f49ffb5db6345b8e55c49/informasjonsinnhenting-for-livshendelsen-ny-i-norge.pdf>>

⁵¹ Leirvik, M.S., Aasland, A. & Staver, A.B. (2020). *Mange vil hjelpe, men hjelper det? En gjennomgang av hjelpetjenester for personer utsatt for negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og kjønnslemlestelse* (NIBR-rapport 2020:5). Hentet fra <https://oda.oslomet.no/oda-xmli/bitstream/handle/20.500.12199/5925/2020-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

henvende seg til for å få hjelp er de mer lokale ressursene slik som rådgiver, helsesykepleier og miljøterapeut. Elever har mer oversikt over ressurser på skolen, enn de man finner ved internettsøk.⁵²

Agenda Kaupang (2019)- Evaluering av Alarmtelefonen for barn og unge⁵³

Agenda Kaupang evaluerte i 2019 Alarmtelefonen for barn og unge på oppdrag fra Bufdir. Alarmtelefonen er en hjelpetelefon for barn og unge som er utsatt for ulike former for vold, overgrep eller omsorgssvikt. Hovedfunn fra evalueringen viser at det fortsatt er behov for en hjelpetelefon for barn og unge, men at det er behov for å gjøre noe med Alarmtelefonens innretning og organisering, og bedre tilpasse den til barn og unges behov i dag. I rapporten trekkes det frem at styrker med Alarmtelefonen er at de har et godt faglig miljø, barnevernfaglig kompetanse, erfaring med å snakke med barn og unge, og god kompetanse på å vurdere hvor akutt en situasjon er. Svakheter med tjenesten er derimot at den er for lite kjent og ikke tilgjengelig nok for målgruppen. Det blir derfor anbefalt at tjenesten må videreutvikles ut fra barn og unges behov. Her trekkes brukermedvirkning fra barn og unge og brukerorganisasjonene frem som viktig. Det anbefales videre at Alarmtelefonen må bli mer tilgjengelig, og at tjenesten bør være tilgjengelig på de digitale plattformene hvor barn og unge er.⁵⁴

FHI (2019) - Systematisk kartleggingsoversikt: Opplærings- og informasjonstiltak for barn og unge for å forebygge og avdekke vold, overgrep og krenkelser⁵⁵

Folkehelseinstituttet fikk på oppdrag fra Bufdir å kartlegge studier som har undersøkt effekten av og erfaring med opplærings- og informasjonstiltak for barn og unge for å forebygge og avdekke vold, overgrep og krenkelser mot barn og unge. Basert på en systematisk kartlegging identifiserte de ulike studier og kategoriserte tiltakene undersøkt i studiene etter fire overordnede kategorier:

- Tiltak som omhandlet vold, overgrep og krenkelser generelt (undersøkt i 25 prosent av studiene)
- Tiltak som omhandlet seksuelle overgrep spesielt (undersøkt i 18 prosent av studiene)
- Tiltak som omhandlet vold og krenkelser i jevnalder-relasjoner (undersøkt i 22 prosent av studiene)
- Tiltak som omhandlet vold og krenkelser i kjæreste/date-relasjoner spesielt (undersøkt i 35-prosenten av studiene)

Det var variasjon i hvor tiltakene som er blitt undersøkt i studiene var blitt formidlet. Det var flest skolebaserte tiltak (80 prosent), noen barnehagetiltak (6 prosent), mens 14 prosent av studiene hadde undersøkt andre typer tiltak slik som mediekampanjer, «coaching» og dataspill. Det var ulik lengde på tiltakene og ulikt hvem som var formidler av opplærings- og informasjonstiltakene.

Oppsummert viser resultatene fra de ulike studiene at barn som hadde mottatt tiltak hadde bedre kunnskap om vold, overgrep og krenkelser enn barn som ikke hadde mottatt tiltak. De hadde også mer kunnskap om rettigheter og hjelpeapparat. Når det gjelder utfall av opplærings- og informasjonstiltakene på holdninger og atferd/opplevelser viser studiene ulike resultater. Flere studier viser til positive effekter, samtidig fant man i flere andre studier ikke en effekt av tiltakene

⁵² Leirvik, M.S., Aasland, A. & Staver, A.B. (2020). Mange vil hjelpe, men hjelper det? En gjennomgang av hjelpetjenester for personer utsatt for negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og kjønnslemlestelse (NIBR-rapport 2020:5). Hentet fra <https://oda.oslomet.no/oda-xmloi/bitstream/handle/20.500.12199/5925/2020-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

⁵³ Agenda Kaupang (2019). *Evaluering av Alarmtelefonen for barn og unge*. Bufdir. Hentet fra https://bufdir.no/globalassets/global/nbbf/barnevern/evaluering_av_alarmtelefonen_for_barn_og_unge.pdf

⁵⁴ Agenda Kaupang (2019). *Evaluering av Alarmtelefonen for barn og unge*. Bufdir. Hentet fra https://bufdir.no/globalassets/global/nbbf/barnevern/evaluering_av_alarmtelefonen_for_barn_og_unge.pdf

⁵⁵ FHI (2019). *Systematisk kartleggingsoversikt: Opplærings- og informasjonstiltak for barn og unge for å forebygge og avdekke vold, overgrep og krenkelser*. Hentet fra https://fhi.brage.unit.no/fhi-xmloi/bitstream/handle/11250/2711939/Blaasvaer_2019_Opp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

når det gjaldt utfall knyttet til atferd og opplevelser. Det vises derimot til større effekt av de tiltakene som var lange eller middels lange. Kartleggingen så også på utfall på tvers av studier knyttet til om tiltakene bidro til at barna forteller om overgrep eller ber om hjelp. Studiene som hadde undersøkt dette fant positive resultater. Barna som mottok tiltak fortalte om overgrep i større grad enn de som ikke mottok tiltak, og det var de som hadde mottatt tiltak fra andre ungdom (peers) som åpnet seg i størst grad.⁵⁶

*Telemarksforskning (2019)- Å gi sinne en scene. effekter av teaterforestillingen Sinna Mann*⁵⁷

Miland (2019) evaluerte teaterstykket «Sinna mann» på norske skoler, der hensikten var å kartlegge forestillingens konsekvenser for barns åpenhet om vold i nære relasjoner. Datagrunnlaget var basert på en spørreundersøkelse til lærere, sosialarbeidere og andre ansatte ved skolene der forestillingen ble spilt. Funnene viser at teaterforestillingen bidro til mer åpenhet, dialog og bevissthet rundt temaet vold i nære relasjoner.⁵⁸

Sammensatt med andre norske og amerikanske studier, viser dette til at skolebaserte tiltak har positiv effekt på barn og unges kunnskapsnivå rundt voldsrelaterede tema. Derimot er langtidseffekten uviss, samt at det er krevende å påvirke holdninger og atferd.

4.2.4 Informasjonstiltak rettet mot innvandrerbefolkningen om Covid-19

*NIBR (2021) – Informasjon og tiltak rettet mot innvandrerbefolkningen i forbindelse med Covid-19*⁵⁹

NIBR har på oppdrag fra IMDi undersøkt informasjon og tiltak rettet mot innvandrerbefolkningen i forbindelse med Covid-19. Studien har vært delt inn i tre delprosjekter.

Første delstudie – Informasjonsformidling fra nasjonale aktører

I første delstudie kom det frem at informantene trakk frem tillit og direkte og personlig kontakt mellom informasjonsformidler og mottaker, som sentralt for at informasjonen nådde fram. Et enkelt språk kombinert med gode tolketjenester, et tydelig budskap med informasjon tilpasset mottaker, samt bruk av film, video og animasjoner, ble også understreket som viktig for at informasjonen når fram.

Språk ble også trukket fram som en forhindring, da flere har manglende norskkunnskaper. Dersom norsk informasjon i tillegg ble direkte oversatt til andre språk, forverret dette situasjonen, da informasjonen fremsto akademisk og abstrakt. Bruk av digitale informasjonskanaler var en annen hindring, da ikke alle bruker dette. Informasjonen ble også raskt utdatert, hvor manglende oppdatering påvirket befolkningen også utover innvandrere.

Andre delstudie – Brobygging og dialog på lokalt nivå

Informasjonen nådde bedre fram dersom informasjonstiltakene var relevante for målgruppene, og ble ytterligere forbedret når tiltakene belyste muligheter for opprettholdelse av livskvalitet på tross av restriksjoner. Informasjonskanal og -formidlere som har troverdighet og tillit hos målgruppen, samt hadde et enkelt og klar bruk av målgruppens språk, styrket

⁵⁶ FHI (2019). *Systematisk kartleggingsoversikt: Opplærings- og informasjonstiltak for barn og unge for å forebygge og avdekke vold, overgrep og krenkelser*. Hentet fra <https://fhi.brage.unit.no/fhi-xmlui/bitstream/handle/11250/2711939/Blaasvaer_2019_Opp.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

⁵⁷ Miland, K.P. (2019). *Å gi sinne en scene. Effekter av teaterforestillingen Sinna Man*. (TF-notat nr. 18/2019). Hentet fra <https://intra.tmforsk.no/publikasjoner/filer/3378.pdf>

⁵⁸ Miland, K.P. (2019). *Å gi sinne en scene. Effekter av teaterforestillingen Sinna Man*. (TF-notat nr. 18/2019). Hentet fra <https://intra.tmforsk.no/publikasjoner/filer/3378.pdf>

⁵⁹ Skogheim, R., Orderud, G., Ruud, M.E. & Søholt, S. (2021). Informasjon og tiltak rettet mot innvandrerbefolkningen i forbindelse med Covid-19 (NIBR-rapport 2021:6). Hentet fra <<https://www.imdi.no/contentassets/b6e42efcf8904468acd62d22318ae4eb/nibr-covid-19-delrapport-3.pdf>>

informasjonsformidlingen. Kulturforståelse ble her vektlagt. Informasjonsformidlingen ble også her svekket av manglende digitale ferdigheter blant mottakerne. Da særlig de som er utenfor det lokale nettverket.

Delrapport 3 – mottakernes erfaringer

Samlet sett viser denne delrapporten at informasjonen når lettere fram dersom mottakerne forstår norsk, samt er i jobb og har høyere inntekt, da dette inkluderer dem i et større felleskap hvor man utveksler og deler erfaringer med Covid-19 og smittevern. Forhold som hindrer informasjon er her motsatt, ved isolasjon og ensomhet, økonomiske bekymringer som medfører stressituasjon, samt medlemskap i enkelte yrkesgrupper (renhold og hjemmetjeneste).⁶⁰

Rambøll (2021) – Mediebruk blant innvandrere under pandemien⁶¹

Rambøll har i samarbeid med førsteamanuensis ved Høyskolen Kristiania, Sharam Alghasi, kartlagt mediebruk blant innvandrere under koronapandemien, på oppdrag fra Medietilsynet. Målet med prosjektet var å danne et kunnskapsgrunnlag om mediebruk blant innvandrere, hvordan og hvorfra de får informasjon om Covid-19, og om mediebruken deres har endret seg under pandemien. Funnene viser at innvandrere i stor grad brukte norske medier og norske offentlige nettsider som primærkilde for informasjon. Språk har derimot vært en utfordring for å følge med på og forstå nyheter og informasjon som er blitt gitt av myndigheter og norske medier om Covid-19. Undersøkelsen finner videre at det er høy tillit til informasjon som kommer fra enkeltpersoner og relasjoner, og at mange har fått informasjon og hjelp til å forstå nye regler og tiltak om Covid-19 fra enten lærere, arbeidsgiver, familiemedlemmer eller venner.⁶²

4.3 Analyse av et utvalg informasjonstiltak

Basert på bruttolisten med alle identifiserte tiltak, har vi valgt ut 15 spesifikke tiltak hvor det er gjennomført dyptgående analyser av hvert tiltak. Tiltakene er valgt ut i samråd med IMDi. En spredning på målgrupper for tiltakene, avsendere, plattformer hvor tiltaket ligger tilgjengelig og ulik virkemiddelbruk er ivarettatt i utvelgelsen av tiltak. Tiltakene er valgt ut med formål om å få dypere innsikt i de fleste sentrale satsingene vi har identifisert, samt mindre tiltak.

Figur 4-3 Utvalg av informasjonstiltak

Informasjonstiltak	Hovedmålgruppe	Avsender	Format
Nora	Ungdom (og de tette på)	IMDi	Nettside
Bak lukka dører, episode 1 "Fanget i utlandet"	Ungdom (og de tette på)	IMDi	Podcast
Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse	Barn og unge, pårørende	Røde Kors	Nettside, hotline, chat
Ung.no	Ungdom	Bufdir	Nettside og chat
Jeg vet vgs.	Ungdom	Bufdir/Salaby	Tekst og oppgaver
Film om mentorordning for utsatte for negativ sosial kontroll	Utsatt ungdom	Bufdir	Film
Generasjonsdialog	Ungdom og foresatte	Tusmo association	Dialoggruppe
Foreldrehverdag-trygge råd til deg med barn	Foresatte	Bufdir	Nettside
Hva er negativ sosial kontroll?	Foresatte	MiR	Film
Et liv uten frykt og tvang	Foresatte	MiR	Dialogseminar, video
Deltakerhefte Retten til å bestemme over eget liv	Deltakere i voksenopplæring	Kompetanse Norge/ HKDir	Læringsressurs/PDF
Er du utsatt for vold?	Utsatte for vold	Østre Agder krisesenter	Nettside
SEIF: LOS - Commercial	Ungdommer utsatt for negativ sos	SEIF	Video
Brosjyre om reise til utlandet	Allmennheten, ungdom	IMDi	Brosjyre
Skamløs	Allmennheten, ungdom	NRK	TV-serie

⁶⁰ Skogheim, R., Orderud, G., Ruud, M.E. & Søholt, S. (2021). Informasjon og tiltak rettet mot innvandrerbefolkningen i forbindelse med Covid-19 (NIBR-rapport 2021:6). Hentet fra <<https://www.imdi.no/contentassets/b6e42efcf8904468acd62d22318ae4eb/nibr-covid-19-delrapport-3.pdf>>

⁶¹ Rambøll (2021). Mediebruk blant innvandrere under pandemien. Hentet fra <<https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/211103-rapport-mediebruk-blant-innvandrere.pdf>>

⁶² Rambøll (2021). Mediebruk blant innvandrere under pandemien. Hentet fra <<https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/211103-rapport-mediebruk-blant-innvandrere.pdf>>

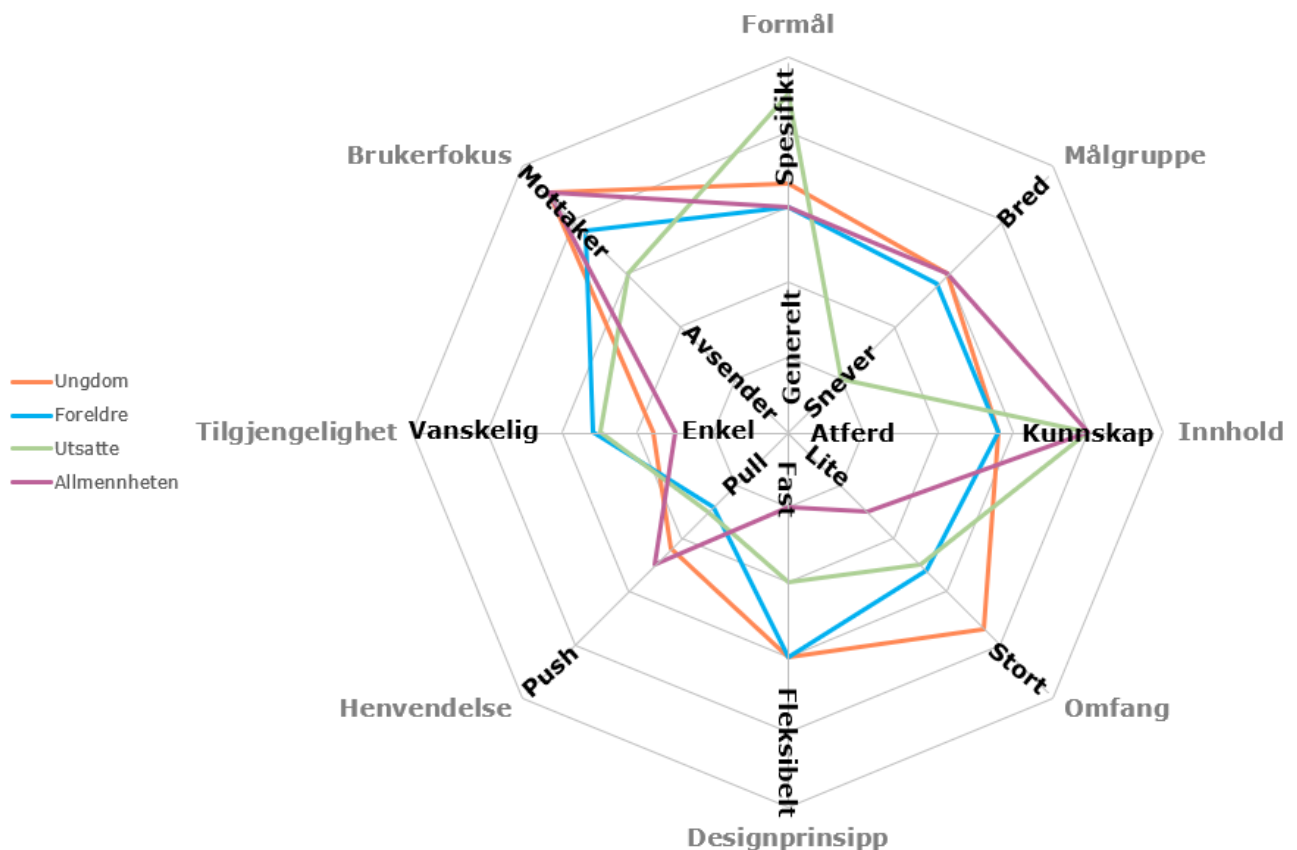
De utvalgte tiltakene er analysert med utgangspunkt i en rekke parametere, herunder formålet med tiltaket, målgruppen for tiltaket, innhold, omfang, designprinsipper som er benyttet, hvordan tiltaket henvender seg til målgruppen, tilgjengelighet og brukerfokus i tiltaket.

Disse parameterne er basert på kommunikasjonsfaglig teori og valgt ut for å kunne analysere hvordan tiltakene er bygget opp og kommuniserer. For hvert tiltak er det gitt en score som sier noe om hvordan tiltaket kan plasseres innenfor hver parameter. Ved å se scoren på de ulike tiltakene i kombinasjon kan vi si noe overordnet om hvordan tiltakene er utformet. Basert på utvalget ser vi hva som finnes i dag og hva som eventuelt mangler, ut fra antakelsen om at det er bruk for flere produkter og kontaktpunkter for målgruppene for formidlingen og ut fra innspill fra unge, foresatte, nøkkelinformanter og eksisterende forskning. I vurderingene trekker vi også på egen erfaring fra mange år med formidling og kjennskap til trender og tendenser i praksis. Disse analysene benyttes inn i vurderingskapittelet for å vurdere hvorvidt tiltakene sammenfaller med målgruppens behov eller ikke.

4.3.1 Overordnede funn fra analyser av utvalgte informasjonstiltak

Figuren under gir en visuell oversikt over hvor de analyserte informasjonstiltakene plasserer seg på dimensjonen de er vurdert ut fra på ulike parametre. Under følger en overordnet beskrivelse av funnene, etterfulgt av en mer inngående gjennomgang av analysene langs hver parameter.

Figur 4-4: Gjennomsnittlig vurdering av alle tiltak fordelt på analyseparametere



Overordnet viser resultatene at det er en relativt stor variasjon i både **formål** og **målgrupper** for de ulike tiltakene som er analysert, jf. **Error! Reference source not found..** De fleste tiltakene

er rettet mot minoritetsungdom, mens enkelte også er rettet mot befolkningen generelt eller foreldre spesielt. Dette reflekterer fordelingen av målgrupper i den totale listen over informasjonstiltak som er identifisert. Flertallet av de utvalgte tiltakene er relativt generelle i sitt formål, men inneholder informasjon som skal gi kunnskap om ulike fenomener som faller inn under betegnelsen negativ sosial kontroll og/eller æresrelatert vold. Formålet med de fleste enkeltproduktene er å gi kunnskap om fenomenene, men vi ser at det brukes nettsider som samler flere formidlingsprodukter som til sammen har som formål å informere om fenomenet og også om handlingsalternativer og slik har et handlingsrettet formål i tillegg. Informasjon er nødvendig for å gjøre informerte handlinger, så dette er en naturlig kombinasjon. Disse sammensatte informasjonstiltakene har gjerne bred målgruppe, som ungdom generelt eller foresatte generelt.

Ut fra utvalget av informasjonstiltak som er analysert, ser det ut til at [innholdet](#) i tiltakene ofte reflekterer formålet om kunnskap eller atferd på en god måte, men at det er større vekt på å formidle kunnskap enn å stimulere til handling.

Noen av tiltakene er mer spesifikt rettet mot personer som er utsatt for negativ sosial kontroll og har et mer spesifikt og entydig formål. Jo mer spisset målgruppen er, desto tydeligere er også formålet med informasjonstiltakene. Det er i disse informasjonstiltakene særlig fokus på hvor man kan henvende seg for å få hjelp dersom man opplever negativ sosial kontroll og/eller æresrelatert vold, herunder de særskilte hjelpetjenestene.

Gjennomgående for de aller fleste informasjonstiltakene vi har analysert er at de har et nokså høyt [brukerfokus](#), i den forstand at målgruppene de forsøker å nå er brukt som utgangspunkt for måten innholdet er utformet på. Det kommer til syne gjennom representasjon av brukerne i informasjonstiltaket, bruk av direkte tale og situasjoner eller eksempler som brukerne kan kjenne seg igjen i. Tiltakene har et nokså høyt brukerfokus, noe som kan være et uttrykk for at de som har produsert den eksisterende formidling generelt virker meget oppmerksomme på målgruppens karakteristikk og behov når formidlingsproduktene er tilrettelagt.

Hvor [tilgjengelig](#) informasjonen oppleves for mottakerne handler ofte om språk og lesbarhet, og vektning av tekst og visuelle elementer. Vi ser at tilgjengeligheten vurderes som nokså enkel i noen tiltak, men er nokså vanskelig i andre tiltak. Blant tiltakene vi har valgt ut til analyse, vurderes tilgjengeligheten som vanskeligst for foresatte og utsatte.

[Omfanget](#) av informasjonstiltakene er stort på de tiltakene vi har analysert som retter seg spesifikt mot ungdom. Dette er gjerne fordi det er sammensatte informasjonstiltak med flere ulike enkeltprodukter som kan finnes samlet på én nettside.

Overordnet ser vi på vurderingen av [henvendelse](#), at tiltakene først og fremst kommuniseres i kanaler som er foretrukket av avsender fremfor å ta hensyn til mottakernes foretrukne kanaler. De aller fleste av informasjonstiltakene avhenger derfor av at mottakeren selv oppsøker informasjonen (pull), fremfor at informasjonen kommer til dem (push).

I utvalget av informasjonstiltak som er analysert ser vi at flertallet av tiltakene er relativt fastsatt i sin form, ved at informasjonen er predefinert av avsender og ikke kan endres. Et fåtall av tiltakene er derimot nokså fleksible i sin form ved at informasjonen forandrer seg fortløpende gjennom brukerdeltakelse.

I det følgende beskrives de ulike parameterne tiltakene er analysert etter.

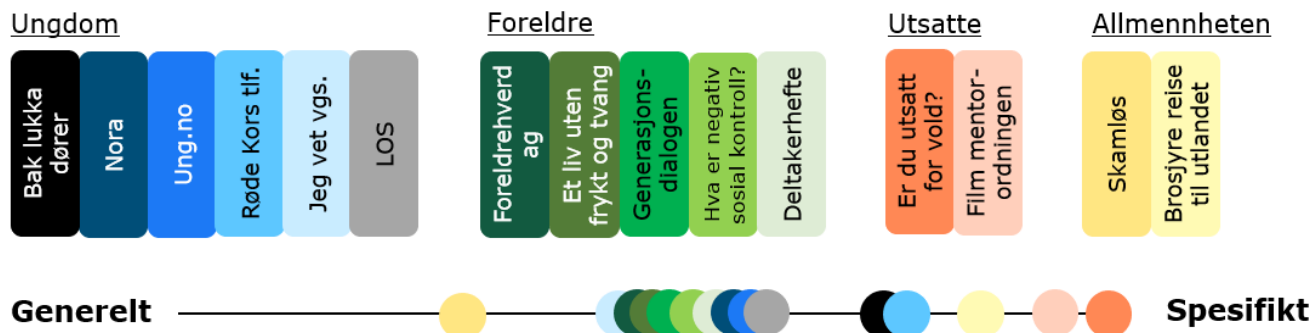
4.3.2 Tiltakene har ulike formål, men er ofte knyttet direkte til negativ sosial kontroll

En av parameterne tiltakene er vurdert etter er *formål*. Under denne parameteren har vi sett på hvordan formålet med tiltaket er beskrevet, og vurdert hvorvidt formålet er spesifikt eller generelt. I analysen har vi sett på om tiltaket har ett eller flere formål, og hvorvidt formålet med tiltaket fremkommer eksplisitt eller indirekte i kommunikasjonen. I de tilfeller hvor formålet fremkommer eksplisitt har vi også vurdert om innholdet i tiltaket er i overensstemmelse med formålsformuleringen.

Ut fra gjengs kommunikasjonsteori er det rimelig å anta at jo mer spesifikt et formål er, desto mer sannsynlig er det at tiltakets budskap og innhold er målrettet og bidrar til en effektiv kommunikasjon. Det er et nokså etablert faktum i kommunikasjonsteori, som også støttes av Rambølls praksiserfaringer, at en klar formålsformulering kan være en avgjørende forutsetning for å kunne skape en klar rød tråd gjennom tiltakets samlede kommunikative univers av lyd, ord og bilder. En rød tråd bæres av blant annet presise argumenter, en klar disposisjon og eventuelt en narrativ oppbygning.

Vår analyse av parameterens formål viser at tiltakene vi har valgt ut stort sett ligger noe til høyre for midten på skalaen mellom generelt (venstre) og spesifikt (høyre) formål. En del tiltak er også vurdert som meget spesifikke.

Figur 4-5: Oversikt over fordelingen av informasjonstiltak på parameteret formål



Basert på de utvalgte tiltakene ser vi at formålet med hvert enkelt tiltak varier, samtidig som ulike former for negativ sosial kontroll er utgangspunktet for alle tiltakene. Noen tiltak informerer om negativ sosial kontroll, mens andre angir handlingsalternativer dersom man utsettes for det – noe som reflekterer formålet med tiltakene. Enkelte av tiltakene har et konkret formål som kommer eksplisitt frem i tiltaket, mens andre har flere formål og er ikke like enkelt å definere. Tiltakene i seg selv virker ikke å ha som primært formål å skape synlighet, som også er viktig for at formidlingen skal nå ut og virke etter hensikten.

Et eksempel på et tiltak hvor formålet eksplisitt beskrives er [Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse](#). Her står det på nettsiden at «Vi gir informasjon og veiledning om hvordan du kan forholde deg til situasjoner der tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og æresrelatert vold fremkommer». Dette er et eksempel på et eksplisitt uttalt formål der innholdet og mulighetene på nettsiden er i overensstemmelse med det uttalte formålet med tiltaket.

Et annet eksempel på et tiltak med et tydelig definert formål er IMDis [Brosjyre om reise til utlandet](#). På forsiden av brosjyren står det «Råd ved reiser til utlandet». Selv om forsiden ser ut til å kunne handle om reiser til utlandet generelt, gir de neste sidene informasjon om hva man bør

gjøre dersom man er redd for å bli giftet bort eller etterlatt i utlandet mot sin vilje ved en planlagt utenlandsreise. Tiltaket er derfor kategorisert som spesifikt fordi det fremkommer tydelig at formålet er å gi råd ved utenlandsreiser, selv om det ikke presiseres nærmere hva slags reiser på forsiden, og fordi det har et innhold som understøtter dette formålet.

NRK sin dokumentarserie [Skamløs](#) er derimot et tiltak som ikke har et tydelig definert formål. I serien kommer det ikke eksplisitt frem hva formålet er, og dette formuleres ikke direkte til mottakeren. Samtidig fremkommer det gjennom innholdet i serien hva formålet er, nemlig å kjempe mot negativ sosial kontroll og æreskultur, og et uttalt ønske om at unge skal leve så fritt som mulig. Samtidig har ikke serien ett konkret formål som formidles tydelig, og de ulike episodene tar opp ulike temaer i hver episode. Dette tiltaket har derfor et noe mer generelt formål og er plassert til venstre for midten av skalaen.

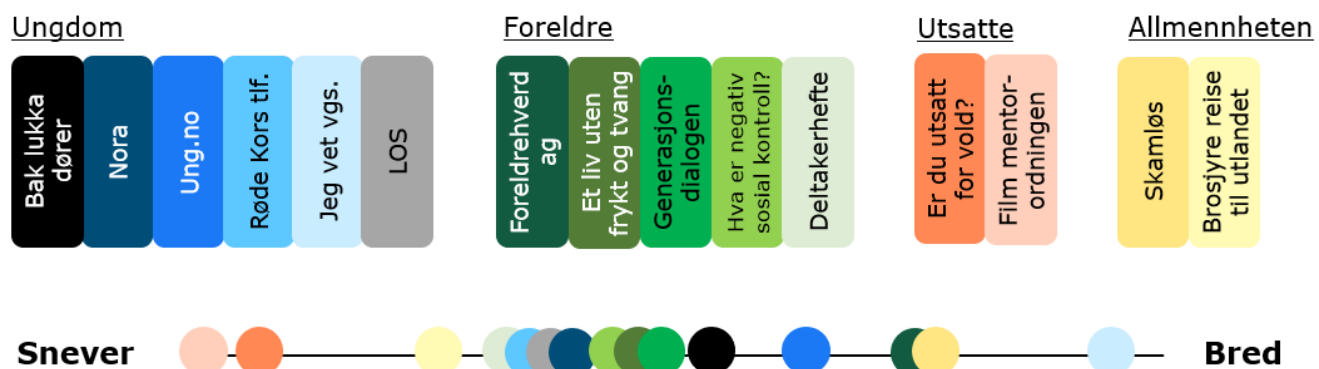
For mange av tiltakene vi har analysert er formålet mindre eksplisitt definert, men fremkommer gjennom innholdet i tiltaket slik som [Skamløs](#). Derfor er også flertallet av tiltakene plassert på midten av skalaen.

4.3.3 De identifiserte målgruppene er gjerne snevre, med en overvekt av minoritetsungdom

Hvert av tiltakene er videre vurdert etter *målgruppe*. For denne parameteren har vi identifisert hvordan målgruppen for tiltaket er beskrevet, og hvorvidt målgruppen er gjenspeilet i tiltaket ved bruk av bilder, rollemodeller eller historier og situasjoner som målgruppen kan kjenne seg igjen i. På bakgrunn av dette har vi gitt en vurdering av hvorvidt målgruppen er snever eller bred.

Ut fra denne parameteren kan vi si noe om hvor presist tiltaket er målrettet sin(e) definerte målgruppe(r). Dette er viktig, ettersom kommunikasjonsteori og Rambølls praksiserfaringer viser at en presis målgruppeforståelse kan være en avgjørende forutsetning for å formulere klare budskap, utvelge relevante kanaler for informasjonstiltak og lykkes med å spre kunnskap og endre atferd i siste instans. Denne parameteren kan bidra til å si noe om hvorvidt informasjonstiltaket er rettet mot tiltakenes målgruppe og dermed oppleves som relevant og gjenkjennelig, noe som anses som viktig i kommunikasjon om negativ sosial kontroll.⁶³

Figur 4-6: Oversikt over fordelingen av informasjonstiltak på parameteret målgruppe



De fleste tiltakene er rettet mot ungdom spesifikt. Samtidig ser vi en viss spredning i hvilke ungdommer tiltakene retter seg mot, der enkelte av tiltakene retter seg mot for eksempel ungdom generelt, mens andre er relativt snevre i sin kommunikasjon rettet mot etniske og religiøse minoriteter. Denne forskjellen kan henge sammen med hvor klar formålsformuleringen

⁶³ VIVE (2021). *Undersøgelse af tre indsatser for negativ social kontrol samt radikalisering*

er: Hvis formålet eksempelvis er å spre kunnskap blant ungdommen generelt, vil ikke målgruppen kunne avgrenses mer spesifikt. Dersom formålet derimot er å hjelpe unge med en bestemt etnisk bakgrunn til å si fra hvis de opplever negativ sosial kontroll, så vil målgruppen være mer spesifikk.

Informasjonstiltakene som inneholder flere formidlingsprodukter (video, tekst, podkast), som for eksempel [Nora-portalen](#) og [Ung.no](#), har oftere en mer generell målgruppe enn spesifikke formidlingsprodukter som en konkret filmsnutt. Til gjengjeld er disse brede sammensatte informasjonstiltakene satt sammen av flere mer konkrete formidlingsprodukter som også har mer tydelige målgrupper.

Blant tiltak som er plassert innenfor en snever målgruppe finner vi blant annet [animasjonsfilm om mentorordning](#) for utsatte for negativ sosial kontroll. Målgruppen for filmen kommer ikke eksplisitt frem i det som sies i filmen, men basert på innholdet i filmen ser vi tydelig hvem som er målgruppen. Filmene følger en ung jente med minoritetsbakgrunn som forteller historien om da hun valgt å bryte med familien. Budskapet er at det kommer til å gå bra fordi det finnes en måte å skape nytt nettverk på. Handlingen, følelsene og tankene i forbindelse med bruddet gjør målgruppen snever. Tiltaket henvender seg på denne måten til mottakere som opplever negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, og som vurderer å bryte med familien.

[Ung.no](#) og [Nora](#) har flere formidlingsprodukter på nettsiden, og her finnes det både tekst, bilder og filmer noe som gjør at målgruppen for tiltaket blir bredt. Samtidig henvender sidene seg til ungdom først og fremst. Dette fremkommer spesifikt på siden, både gjennom hhv. navn på siden, bruk av unge mennesker på bilder og i fortellerstemmer, og gjennom hvordan målgruppen er beskrevet. Nora benytter oftere illustrasjoner og bilder av minoritetsungdom enn det ung.no gjør, noe som gjør at målgruppen til Nora anses noe mer spesifikk enn Ung.no som er ment for alle ungdom. Vi ser at også flere aktører har én nettside som et samlested for forskjellige formidlingsprodukter, som kan ha ulike målgrupper (les mer om omfang i kap. 4.3.5).

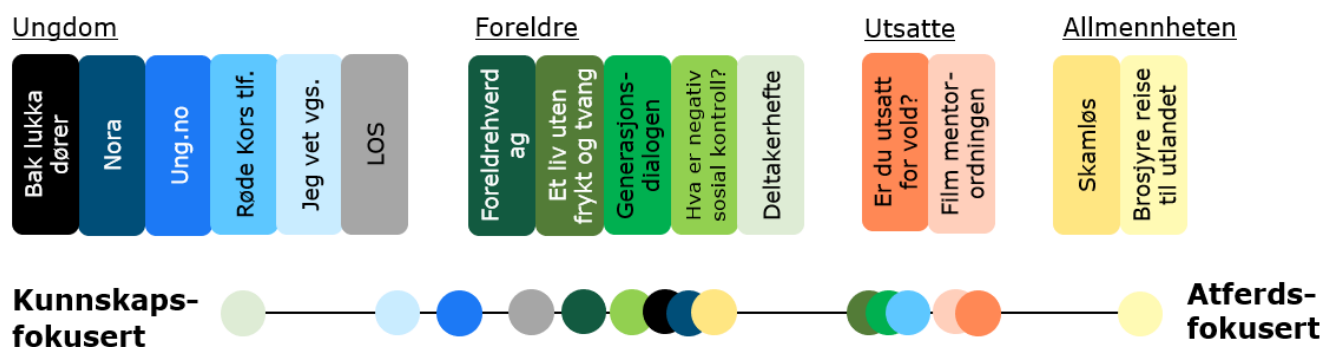
[Jeg vet](#) er et tiltak som kan plasseres innenfor en bredere målgruppe. Her er både lærere og elever ved videregående skole målgruppe for tiltaket, og det tas opp en rekke ulike tema, herunder mobbing, vold og overgrep. Dette gjør at tiltaket har mange og ulike målgrupper. På siden er det brukt bilder og film av ungdom generelt, og ikke av minoritetsungdom spesielt slik som det gjør i større grad på Nora.

Foreldregruppen er i mindre grad representert i informasjonstiltakene. Tiltakene som finnes rettet mot foreldre plasserer målgruppen seg enten som bred eller i midten av skalaen. At denne målgruppen er lite representert i tiltakene henger antakelig sammen med at det i utgangspunktet er relativt få tiltak med formål om å nå foreldre om tematikken negativ sosial kontroll.

4.3.4 Innholdet i tiltakene er ofte både kunnskapsfokuset og atferdsfokuset, men dette varierer noe mellom målgruppene

Den tredje parameteren tar for seg *innhold*. Under denne parameteren er det foretatt en analyse av hvorvidt innholdet er tilrettelagt på en slik måte at det understøtter formålet om enten å gi kunnskap eller om det har til hensikt å motivere til handling. Her er det gjennomført vurderinger av hvordan elementer som lyd, bilder, illustrasjoner og tekst påvirker innholdet, og hvorvidt det er benyttet konkrete innholdselementer som for eksempel fakta, råd og bruk av rollemodeller i tiltaket.

Figur 4-7: Oversikt over fordeling av informasjonstiltak på parameteren innhold



Som figuren viser er flertallet (9 av 15) av informasjonstiltakene plassert rundt midten eller til venstre på skalaen. Flertallet av tiltakene inneholder altså et kunnskapsfokus, og det er kun en til to tiltak som har et utpreget handlingsfokus. Dette er naturlig da de to perspektivene henger sammen: Handling uten kunnskapsbasering er ikke nødvendigvis en god handling. Derfor handler denne analysen mest om hvor vekten er lagt selv om begge fokus er med. Hovedvekten av informasjonstiltakene er kunnskapsorientert, men med atferdsfokus som noe som kommer i tillegg. Tiltak mot utsatte er tydeligere atferdsfokusert. I tillegg ser vi en tendens til at tiltak mot foreldre oftere inneholder aspekter av atferdsendring, mens tiltak mot ungdom oftere både er kunnskaps- og atferdsfokuserte. Dette kan ha sammenheng med at tiltakene rettet mot foreldre oftere er dialogbaserte.

Tiltak rettet mot foreldre som er tydelig atferdsfokuserte er blant annet [Generasjonsdialog](#) i regi av Tusmo association og dialogseminaret [Et liv uten frykt og tvang](#) som gjennomføres av MiR. Tanken bak de to informasjonstiltakene er å gi foreldre en bedre forståelse av hvordan det både er å vokse opp i Norge når man har en flerkulturell bakgrunn, samtidig som det tar sikte på å gi ungdom forståelse for foreldrenes perspektiver. Gjennom dialog og forståelse for hverandre perspektiv skal tiltaket bidra til endret samhandling. Generasjonsdialog har også med ungdom i samtalen, og skal dermed også gi og ungdom bedre forståelse av denne tematikken sammen med foreldrene.

Et informasjonstiltak med et tydelig handlingsfokus er [Brosjyre om reise til utlandet](#). Brosjyren oppfordrer sterkt til handling ved at den lister opp en rekke konkrete punkter som det anbefales at mottakere gjennomfører dersom de er redde for å bli etterlatt i utlandet ved utenlandsreise. Punktene omhandler blant annet at man skal ta kontakt med en voksenperson på skolen, printe ut pass og flybilletter som overrekkes tillitspersonen før avreise, og memorere adressen og kontaktinformasjonen til nærmeste norske ambassade.

Et eksempel på et tydelig kunnskapsfokusert tiltak rettet mot voksne flyktninger er deltakerheftet [Retten til å bestemme over eget liv](#). Formålet med heftet er å informere nyankomne flyktninger om retten til å bestemme over eget liv, og tar for seg temaer som vold i nære relasjoner, familiens rolle, negativ sosial kontroll, ære og æresrelatert vold, tvangsekteskap og kjønnslemlestelse. Deltakerheftet inngår som opplæring i norsk og samfunnsfag for deltakere i introduksjonsprogrammet, og har et nokså tydelig fokus på å formidle kunnskap.

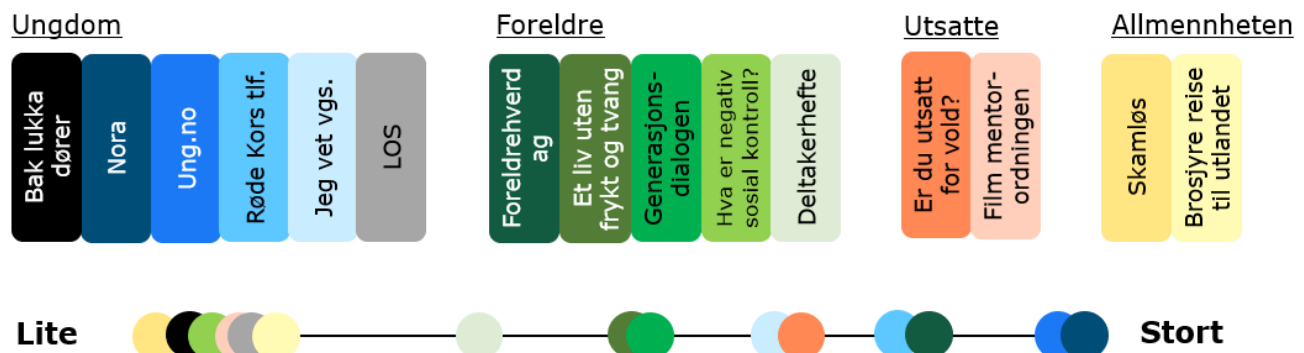
Derimot har nettsiden [Foreldrehverdag – trygge råd til deg med barn](#), en kombinasjon av begge fokusene. Formålet med siden er å informere foreldre med barn i alle aldre om håndtering av barn og om foreldrerollen. Det er en egen side som handler om ungdomsfasen. På siden ligger det lenker til ulike sider som tar for seg temaer som foreldre møter på i foreldrerollen, og her ligger

både tekst og videoer som informerer om det å være forelder og om barnets utvikling. Det ligger imidlertid ikke informasjon om handlingsalternativer angående negativ sosial kontroll eller oppfordring til å kontakte særskilte eller ordinære hjelpetjenester ved behov.

4.3.5 Informasjonstiltakene består ofte av mange formidlingstyper (omfang)

Omfang henviser til hvor mange formidlingstyper som finnes innenfor hvert tiltak. Har tiltaket et stort omfang inneholder det gjerne mange formidlingstyper eller mange eksemplarer av få typer. Har tiltaket derimot få formidlingstyper og et lavt antall av dem, vurderes det til å ha et lite omfang. Formålet med denne delanalysen er å få overblikk over hvorvidt de ulike formidlingsproduktene som finnes i omfangsrike tiltak henger godt sammen, eller om de er tilfeldig satt sammen uten et bestemt formål.

Figur 4-8: Oversikt over fordeling av informasjonstiltak på parameteren omfang



Informasjonstiltakene som består av flere former for formidlingstyper slik som for eksempel film, chat-funksjon, video, sosiale medier og podkast, er naturlig nok mer omfangsrike enn de enkelte formidlingsproduktene. Formidlingsproduktene vi har analysert har som regel kun en eller to formidlingstyper, og plasseres derfor gjerne mot venstre side av skalaen, jf. Figur 3-2.

[Nora-portalen](#), [Ung.no](#) og [Rød Kors-telefonen](#) er alle eksempler på tiltak som kan defineres som særlig omfangsrike. Nora inneholder for eksempel både historier fra virkeligheten, videoer, informasjon om rettigheter, hvor man kan få hjelp, tips og veiledning, podkast og nyheter. Det ligger med andre ord mange formidlingstyper tilgjengelig på nettsiden. Podkasten [Bak lukka dører, episode 1 Fanget i utlandet](#) som ligger på Nora er et eksempel på et formidlingsprodukt med få formidlingstyper. Her brukes kun lydspor med stemmer og musikk i podkasten, noe som gjør tiltaket mindre omfangsrikt.

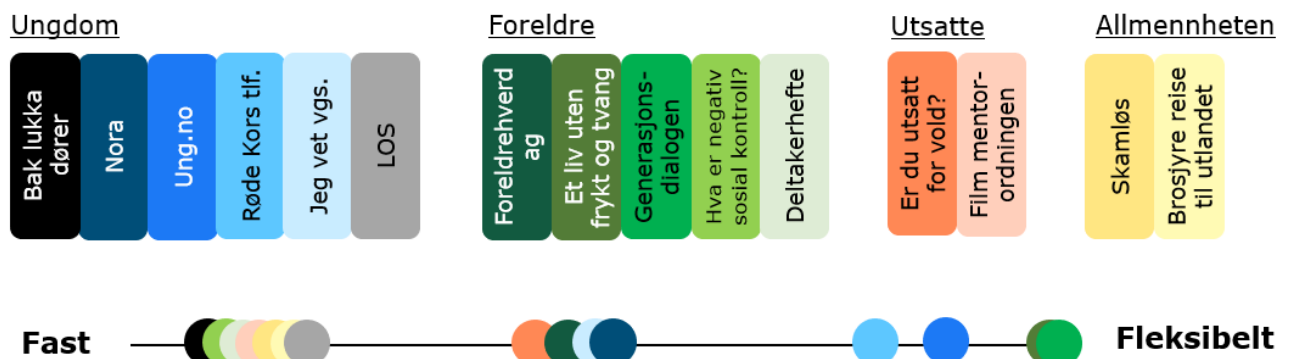
Ut fra analysen ser vi at tiltakene rettet mot foreldre er mindre omfangsrike, dvs. inneholder færre formidlingstyper. Dette henger sammen med at det generelt er få informasjonstiltak rettet mot foreldregruppen generelt. Det eneste unntaket er [Foreldrehverdag](#) – nettsiden til Bufdir som inneholder flere formidlingstyper.

Vår vurdering er at Nora og Ung.no har en god sammenheng mellom de ulike formidlingsproduktene, men vi opplever ikke at sammensetningen er veldig gjennomtenkt og strategisk valgt. For Ung.no er det for eksempel ikke alltid like pent og enkelt å finne frem på siden.

4.3.6 Designprinsippet er som regel fast, og legger i liten grad til rette for interaksjon mellom avsender og mottaker

Under denne parameteren har vi analysert designprinsippet for hvert av tiltakene. Designprinsipp er analysert med utgangspunkt i om tiltakene er fleksible eller faste. Under denne parameteren er det analysert hvorvidt tiltaket kan endres i interaksjon med mottakeren (fleksibelt), eller derimot er predefinert av avsenderen uten mulighet til å endres (fast). Hvorvidt tiltaket er digitalt eller analogt gir en indikasjon på muligheten for interaksjon og fleksibilitet i innholdet. Målet med denne delanalysen er å beskrive ulike designelementer og hvilken betydning dette har for målgruppene, brukerinvolvering og fleksibilitet. Kommunikasjonsteori hevder at innhold som blant annet er ment å passe alle, sjeldent passer noen fordi den ikke er tilpasset målgruppen. At mottakeren selv kan interagere med budskapet og være med i skapelsen og interaksjonen, anses som gode kommunikasjonsmessige teknikker.⁶⁴

Figur 4-9: Oversikt over fordeling av informasjonstiltak på parameteren designprinsipp



Som figuren viser er de aller fleste tiltakene vi har analysert predefinert av senderen. Disse tiltakene kan sjelden endres og legger i liten grad til rette for interaksjon mellom avsender og mottaker. Dette stemmer med at formidlingen primært spres via avsendernes kanaler (se kap. 4.2.7).

Imidlertid ser vi at enkelte av tiltakene rettet mot foreldre som er mer prosessbaserte er fleksible i sin tilnærming. Dette gjelder samtalegruppene [Generasjonsdialog](#) i regi av Tusmo Association og [Et liv uten frykt og tvang](#) som arrangeres av MiR, hvor dialog med deltakerne står sentralt.

Et annet tiltak som skiller seg ut er [Ung.no](#), hvor ungdom på mange måter selv skaper innholdet og er med i interaksjonen gjennom å stille spørsmål.

Sosiale medier er godt egnet for å gi mottakerne en stemme, la dem ha innflytelse på innholdet og delta aktivt i formidlingen ved å re-poste innlegg, kommentere og like. Vi finner imidlertid at svært få av tiltakene finnes tilgjengelig på sosiale medier.

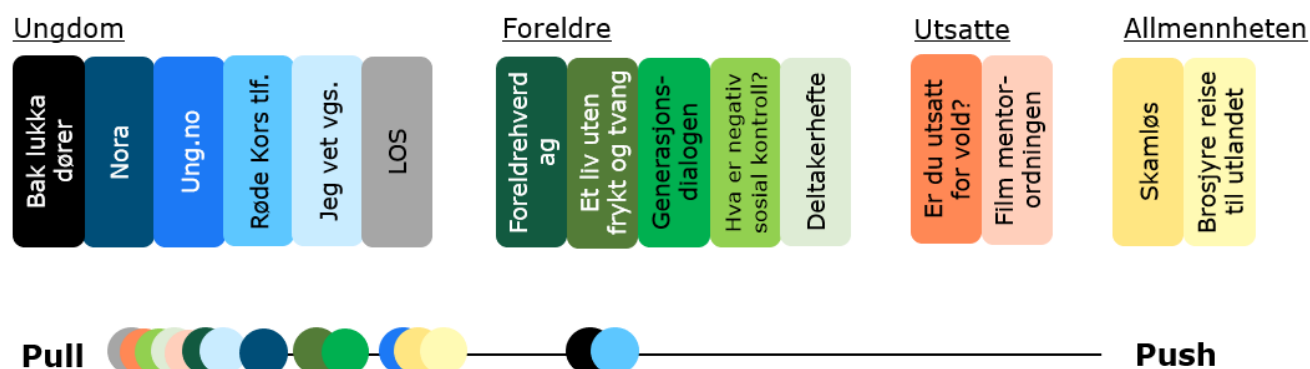
4.3.7 Tiltakene kommuniseres oftest gjennom avsenders kanaler (henvendelse)

Under parameteren *henvendelse* har vi vurdert hvordan informasjonstiltaket henvender seg til mottakeren, gjennom dimensjonene push og pull. Med push menes at tiltaket utelukkende kommuniseres i mottakerens foretrukne kanaler, mens pull viser til at tiltaket kommuniseres gjennom avsenders kanaler uten oppmerksomhet på mottakerens medievaner. Formålet med å vurdere denne parameteren er å gi en vurdering av hvorvidt kanalbruken for tiltakene er tilpasset

⁶⁴ Jenkins, H. (2013) *Spreadable Media, Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press

målgruppene. Kanalvalg i kommunikasjonen er avgjørende for å treffe målgruppene man søker å kommunisere til og med.

Figur 4-10: Oversikt over informasjonstiltak fordelt på parameteren henvendelse



Som figuren viser er tiltakene i liten grad mottakerorientert. Flertallet av tiltakene formidles i avsenders egne eller foretrukne kanaler (pull), og med mindre fokus på brukerens medievaner (push). En konsekvens av dette kan være at målgruppen aldri ser eller får med seg budskapet. Dette gjenspeiles i en del statistikk for avspillinger av videoer, som vi ser når ut til nokså få personer. Som eksempel er [Film om mentorordning for utsatte for negativ sosial kontroll](#) (publisert 31. mai 2021), laget av Bufdir, på undersøkelsestidspunktet i september 2021 spilt av 564 ganger på YouTube, til tross for at YouTube er en kanal mange bruker, også personer med innvandrerbakgrunn. YouTube og andre sosiale medier benyttes imidlertid i større grad til underholdning enn som oppslagsverk, så bruken varierer ut fra behov.⁶⁵

Det er særlig to tiltak som skiller seg fra resten av tiltakene med tanke på å være til stede på målgruppens foretrukne kanaler. Podcasten [Bak lukka dører](#) som ligger på Nora, pushes også i andre kanaler der ungdom er, blant annet på Spotify. Vi vet at podcast har blitt et populært medium blant personer mellom 16-44 år (over 20 prosent), mens andelen i andre aldersgrupper er betraktelig lavere (2-7 prosent).⁶⁶ Når det gjelder podcasten [Bak lukka dører](#) som ble lansert i høst, har den frem til i dag 1120 strømminger. Avspillinger på egen avspiller på Nora (ikke Spotify) kommer i tillegg, og kan ikke tallfestes.

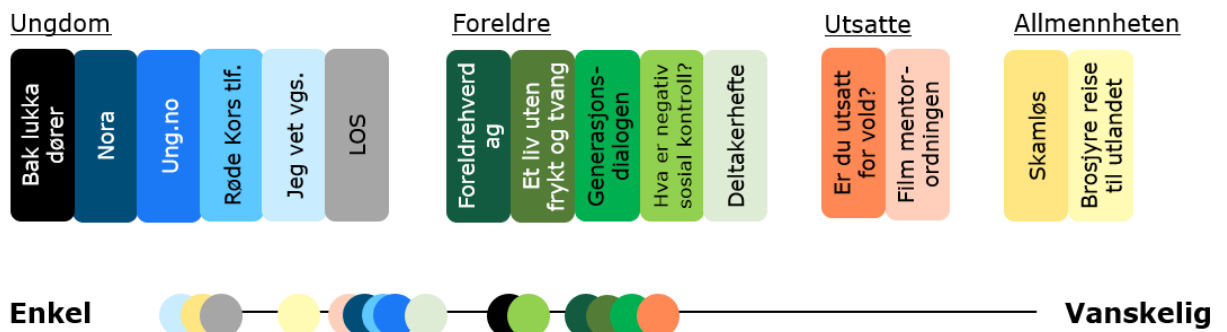
4.3.8 Språket er enkelt i tiltak rettet mot ungdom, men mer komplisert i tiltak rettet mot foreldre (tilgjengelighet)

I analysen av informasjonstiltakene er det tatt stilling til hvert tiltaks tilgjengelighet, altså om de er enkle eller vanskelige å forstå. I vurderinger er det blant annet vurdert liks-tall, setningslengde og setningsoppbygging, vektning mellom tekstlig og visuelle virkemidler, og luft og rom mellom avsnitt og annet innhold. Formålet med å vurdere dette er å si noe om hvorvidt tiltakene tilbyr mottakeren ulike tilganger for fortolkning av budskapet, herunder ivaretagelse av mottakers preferanser for eksempelvis tekst og illustrasjoner, og hvordan dette bidrar til å gjøre innholdet tilgjengelig og forståelig for målgruppene tiltaket forsøker å nå.

⁶⁵ Rambøll (2021). Mediebruk blant innvandrere under pandemien. <<https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/kritisk-medieforstaelse/211103-rapport-mediebruk-blant-innvandrere.pdf>>

⁶⁶ Medietilsynet (2021). Mediemangfoldsregnskapet 2020. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/2020/mediemangfoldsregnskapet-2020/210129-mediemangfold_bruksperspektiv_2021.pdf>

Figur 4-11: Oversikt over informasjonstiltak fordelt på parameteren tilgjengelighet



Flertallet av tiltakene som er analysert har et relativt lettfattelig språk, med korte setninger og enkel setningsoppbygging. I tillegg benytter de ulike tiltakene ofte flere ulike virkemidler i kombinasjon, og flertallet av tiltakene er derfor plassert på venstre side av skalaen, jf. figuren over. Det vanligste er å benytte virkemidler som tekst og bilder i kombinasjon. [Nora](#) er et godt eksempel på et tiltak som er lett tilgjengelig for målgruppen. Her benyttes mange ulike virkemidler og et lett forståelig språk som gjør det mulig for mottaker å forstå og også kjenne seg igjen i budskapet.

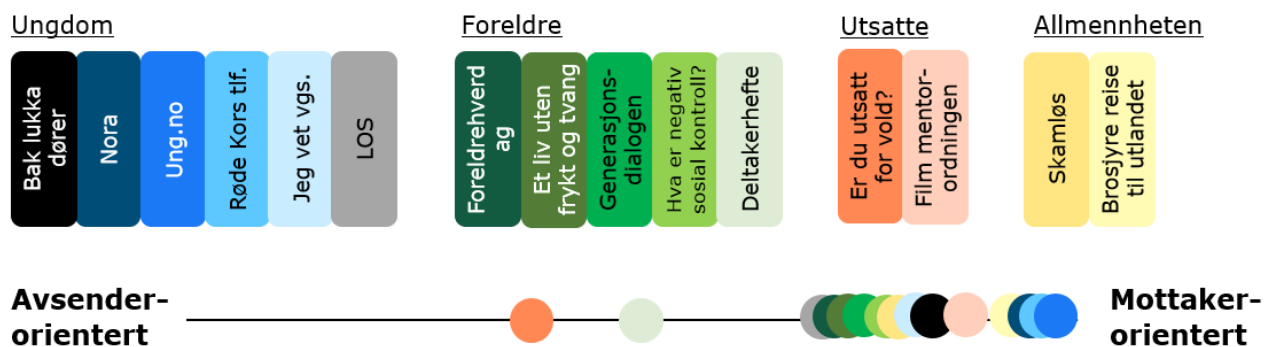
Språket i tiltakene rettet mot ungdom er mer tilgjengelig enn i tiltakene for foreldre. Tatt i betraktning at målgruppen i tiltakene vi har identifisert og vurdert er minoritetsspråklige foreldre, er språket i kommunikasjonen relativt komplisert, og ofte kan barna være bedre i norsk enn foreldrene. Flertallet av tiltakene rettet mot foreldre har liks-tall på rundt 50. Dette tilsvarer vanskelig språk og er en vanlig verdi for offisielle tekster. Det er også mindre bruk av virkemidler herunder historiefortelling, rollemodeller og bildebruk i kommunikasjonen rettet mot foreldre.

[Deltakerheftet som benyttes i introduksjonsprogrammet](#) er et unntak. Dette tiltaket er rettet mot voksne generelt og ikke nødvendigvis mot foreldre. Her er det brukt et veldig lett språk med et liks-tall på 21. Deltakerheftet inneholder korte setninger og har et variert bruk av virkemidler slik som bilder, tekstbokser, figurer og refleksjonsoppgaver. Tiltaket er likevel plassert mellom enkelt og midten av skalaen fordi det ikke fremstår som bare enkelt å lese for denne målgruppen, nyankomne innvandrere, for eksempel refereres det også til lovparagrafer.

4.3.9 Brukerfokuset er som regel ivaretatt i kommunikasjonen

Brukerfokus tar for seg i hvilken grad mottakerens behov er ivaretatt i formidlingsproduktet. Ved å analysere blant annet om målgruppens behov, følelser og tanker fremkommer i kommunikasjonen og i hvilken grad målgruppen er avspeilet og representert i formidlingsproduktet, kan man vurdere graden av brukerfokus i kommunikasjonstiltakene. Formålet er å vurdere om brukerfokuset er ivaretatt, og hvilken betydning dette kan ha for å påvirke og treffe målgruppen. Hensikten med å skjelle mellom om avsenderen kun leverer sine budskap eller om innholdet er tilrettelagt ut fra hva som opptar mottakerne.

Figur 4-12: Oversikt over informasjonstiltak fordelt på brukerfokus



Tiltakene rettet mot ungdom er i stor grad brukerorienterte. Det benyttes i stor grad brukersituasjoner, følelser og tanker som ungdom kan oppleve i forbindelse med å bli utsatt for negativ sosial kontroll i de utvalgte tiltakene. Dette er et uttrykk for godt kommunikasjonsarbeid. Et eksempel på dette er både [Nora](#), men også episode 1 i podkasten [Bak lukka dører](#) hvor fortellerstemmen til en som har opplevd nettopp dette kommer tydelig frem med hennes følelser og tanker. Det samme ser vi i filmen til Bufdir om [Mentorordningen](#).

I kommunikasjonen rettet mot foreldre gjennom dialogsamlinger er det noe vanskelig å analysere brukerefokuset fordi vi ikke har gjennomført observasjon av dialogsamlingene [Et liv uten frykt og tvang](#) og [Generasjonsdialog](#). På dialogsamlinger er det imidlertid vanlig å ta utgangspunkt i deltakernes egne erfaringer og situasjoner for å skape relevans og forståelse. [Foreldrehverdag – trygge råd til deg med barn](#) har også en relativt god brukerorientering fordi den prøver å få gi råd i situasjoner foreldre kan kjenne seg igjen i, har spørsmål som skal få mottakeren til å reflektere over egen situasjon, viser eksempler via videoer og bruker bilder i kommunikasjonen. Vi kan konkludere med at de relativt kompliserte tekstene vi finner i de foreldrerettede materialene, tyder på at mottakerorienteringen ikke er like sterk som overfor ungdom.

5. INNSIKT OM FORVALTNING OG FRIVILLIGE ORGANISASJONERS VURDERING AV EKSISTERENDE INFORMASJONSTILTAK OG BEHOV FREMOVER

Dette kapittelet inneholder funn fra intervjuer med nøkkelinformanter fra forvaltningen og frivillige organisasjoner som har god kjennskap til både tematikken negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, og hvilke informasjonstiltak som finnes. I samtalene med aktørene stilte vi spørsmål om hvordan de selv jobber med tematikken og informasjonstiltak, vurderinger rundt hva som fungerer godt i kommunikasjonen om disse temaene, hva de vurderer mangler av informasjonstiltak i dag og hvor det er mulighet for forbedringer.

5.1 Målgruppe for eksisterende informasjonstiltak

Størst fokus på tjenesteapparat og ungdom, og behov for mer fokus på foresatte

I intervjuene kommer det frem at informasjonstiltakene i dag i stor grad retter seg mot tjenesteapparatet, og bekrefter med det Rambølls erfaringer og funn fra dokumentetsøket. Flere av aktørene vi intervjuet er departementer og direktorater som har som mandat å gi informasjon eller kompetanseheving til tjenester og hjelpeapparat. Dette gjenspeiles i informasjonstiltakene disse aktørene har, som eksempelvis er veiledere til hjelpeapparatet om hvordan se og følge opp utsatte for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Videre forteller en informant fra IMDi at det lenge har vært fokus på å redde ungdommen, og at det derfor også finnes en del informasjonstiltak til ungdom som har til formål å informere om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, samt å vise handlingsalternativer og hvordan man kan oppsøke hjelp.

Det er enighet på tvers av aktørene vi har intervjuet at de fleste informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold er rettet mot tjenesteapparatet og ungdom. Likevel er det et behov for å tilpasse informasjonen til ungdom bedre – spesielt i form av kanalvalg. I tillegg peker mange av informantene på et behov for å styrke informasjonen rettet mot foreldre. Foreldre og foresatte er en målgruppe som flere nevner hvor det er få og/eller for lite egnet informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Flere av informantene forteller at selv om det er mange informasjonstiltak rettet mot tjenester og hjelpeapparatet allerede, er det fortsatt behov for å styrke informasjonen til foresatte og andre voksne og at en del informasjon til denne målgruppen gjerne kan gå gjennom tjenestene. De peker spesielt på deltakere i voksenopplæring og introduksjonsprogram som viktige målgrupper å nå med informasjon om temaene negativ sosial kontroll og æresrelatert vold fordi det bør informeres om tidlig etter ankomst til Norge og er en naturlig arena hvor man treffer mange innvandrere.

Foresatte og voksne som potensielle utsatte og utøvere av negativ sosial kontroll

Når det gjelder voksne og foresatte er det viktig å bemerke at de kan trenge ulike typer informasjon ut fra hvilken situasjon de er i. Voksne kan på lik linje med ungdom utsettes for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold og vil derfor kunne ha behov for informasjon om særskilte hjelpetjenester og handlingsalternativer for seg selv samt for andre de er bekymret for. Fra intervjuer forstår vi at dette i stor grad kan ramme voksne kvinner som kan bli utstøtt fra familie eller miljøet sitt dersom de for eksempel ønsker en skilsmisse. Kvinner, sammen med barn, kan også være utsatt for å bli etterlatt i utlandet mot sin vilje. Når det gjelder voksne menn kan de

også bli utsatt for eksempelvis skam og tap av æresfølelse dersom de ikke fyller rollen som er forventet av dem som menn, som for eksempel familieoverhode og forsørger.

Samtidig er voksgenerasjonen også en gruppe som potensielt kan utøve negativ sosial kontroll overfor sine barn/ungdom spesielt. Derfor trengs det også informasjonsarbeid opp mot denne gruppen som handler om rettigheter, kultur- og systemforståelse i Norge, og om hvilke konsekvenser valgene de gjør har for barna. Informantene som jobber opp mot voksne og foresatte i dag mener at prosessbaserte, dialogbaserte arenaer er de beste for å nå gjennom med denne typen informasjon, skape forståelse og endring. Dette er fordi dette arbeidet krever tillit.

Innvandrere som målgruppe for informasjonstiltakene

I intervjuene kommer det frem at informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold i stor grad er rettet mot innvandrerbefolkningen. Enkelte informanter har en oppfatning av at dette kan være uheldig fordi det kan bidra til stigmatisering av de målgruppene tiltakene retter seg mot, samtidig som det bidrar til å utelukke andre målgrupper som enten kan utøve eller være utsatt for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold eller som kan være viktige for å identifisere og hjelpe i konkrete tilfeller.

Noen av informantene forteller at tiltak rettet mot minoriteter ofte innebærer mer tunge begreper og stigma, mens det som rettes mot majoritetsbefolkningen eller allmenheten har mer fokus på forebygging. Et par informanter anbefaler derfor å fokusere mindre på slike skiller og i mindre grad bruke minoritet og majoritet som begreper og utgangspunkt for formidlingen. For informasjonstiltakene innebærer dette å inkludere og tydeliggjøre flere målgrupper i det som formidles. Dette kommer også frem i en samtale med en annen informant som forteller at det kan oppleves som skamfullt hvis negative fenomener knyttes til en gruppe eller kultur, og at man må være bevisst på dette i formidlingen.

Under utviklingen av nettportalen Nora, har det vært stort fokus på bevissthet rundt begrepsbruk og potensiell stigmatisering av enkeltmålgrupper. Der har de bevisst inkludert historier om negativ sosial kontroll fra personer med ulik bakgrunn. De formidler blant annet en historie om en etnisk norsk gutt som er kristen og ikke får ta utdanningen han selv vil. Eksempelet er tatt med for å utvide definisjonen av negativ sosial kontroll, samt på bakgrunn av erfaringer fra praksisfeltet om at ungdom kan reagere negativt på temaet hvis det kun rettes mot én gruppe. Informanter forteller at enkelte ungdom i slike tilfeller kan føle at de må gå i forsvarsposisjon, noe som kan sette en stopper for dialogen rundt temaet.

En representant for Hjelpeskilden forteller også om viktigheten av å inkludere en større gruppe i informasjonstiltakene om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. De opplever at handlingsplanen fra 2017 bidro til en utvidelse av hvem som oppfattes som målgruppe for tematikken, ved at handlingsplanen i mindre grad enn før omhandlet bare etniske minoriteter og snarere inkluderte unge som lever i ulike lukkede trossamfunn. En informant fra IMDi reflekterer også rundt hvilken målgruppe informasjonen bør rette seg mot, og gir uttrykk for at det er viktig å nå bredt ut til all ungdom med informasjon om deres rettigheter, samtidig som informasjonstiltakene også i noen tilfeller kan være målrettet mot enkelte målgrupper.

Mest avsenderfokuset informasjon

Når det gjelder henvendelse, som handler om hvilke kanaler som blir brukt for å dele informasjonen, forteller informantene at de i stor grad bruker egne nettsider for å formidle informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Dette gjør at mye av informasjonen rettet mot både tjenester, ungdom og andre gjerne ligger på nettsidene til departementer, direktorater og organisasjoner.

Flere informanter reflekterer imidlertid rundt hvor hensiktsmessig informasjonen på nettsidene deres formidles i dag. En informant fra Bufdir forteller blant annet at nettsiden deres er under utvikling for å gjøre informasjonen som gis hver enkelt målgruppe mer tilpasset brukernes behov.

Informanter som jobber som minoritetsrådgivere forteller på sin side de at de opplever at det ikke er mange nettsider som treffer ungdom spesielt godt og som er utformet slik at ungdommene kan relatere seg til innholdet. Nora-portalen, Røde Kors-telefonen, og ung.no blir derimot trukket frem som nettsider som er tydeligere rettet mot ungdom som målgruppe, og som også ungdom kan ta i bruk. Dette kommer blant annet frem i kommunikasjonen – hvor disse tre nettsidene tar utgangspunkt i ungdommenes behov, ungdom er representert i materialet i form av bilder, video eller tekst og fremstiller ulike eksempler med situasjoner som ungdom har opplevd.

5.2 Hvordan jobber de ulike aktørene med informasjonstiltak

Viktig med brobygging og kultursensitivitet

Som tidligere nevnt er årsakene for utøvelse av negativ sosial kontroll og æresrelatert vold sammensatte og komplekse. Som vist til i kap. 2.1 er negativ sosial kontroll og æresrelatert vold ikke nødvendigvis knyttet til etnisk bakgrunn eller religion, og kan oppstå i mange samfunn og kulturer. Samtidig er negativ sosial kontroll identifisert som utfordringer som spesielt oppstår i enkelte innvandremiljøer og gjelder mange unge som lever med krysskultur, eller i kulturer med mer kollektivistiske verdier.⁶⁷

Informantene forteller at det er viktig med brobygging og kultursensitivitet i arbeidet med negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. En informant fra organisasjonen IHSG forteller at de blant annet har fokus på brobygging i arbeidet de gjør opp mot moskeer. Denne målgruppen er ikke enkel å nå frem til. I tilnærmingen sin legger de vekt på at man ikke skal kritisere eller belære, og fokuserer på å skape trygghet og tillit. Tematikken negativ sosial kontroll og æresrelatert vold er tabubelagt, og man må derfor ha en forståelse for hvordan man snakker om disse temaene, hvor også kulturell bakgrunn må tas hensyn til. Dette kommer også frem i samtale med en representant fra IMDi som problematiserer hvordan man når ut til de som er skeptiske til å snakke om negativ sosial kontroll eller til hvordan man snakker om det, og at man må bli flinkere til å drive oppsøkende arbeid for å gi informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. I dette arbeidet kan det være en fordel at man snakker samme språk og har lik forståelse for kultur og normer, for å bedre nå frem med informasjonen. Informanter peker også på at man i dette arbeidet kan lære fra informasjonstiltak om Covid-19.⁶⁸

Kultursensitivitet blir også trukket frem av en informant fra Skeiv Verden, som forteller at det er viktig med en kultursensitiv tilnærming når man formidler informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Dette innebærer blant annet å ikke bare fokusere på det negative fra en kultur, men også legge vekt på de fine verdiene. Videre er det viktig å være inviterende overfor målgruppen og ikke skremme bort med eksempler som fokuserer på de mest ekstreme tilfellene av negativ sosial kontroll og bruke tung begrepsbruk.

For å bedre nå ut til foreldre fra andre kulturer har man i utviklingen av nettsiden Foreldrehverdag hatt fokusgrupper med somaliske og pakistanske foreldre, for å høre hvordan de ønsker å få informasjon og hvordan de bruker den informasjonen. Innsikten fra fokusgruppen viste at det kunne være språklige vanskeligheter når de skulle tilegne seg informasjon, og at en del av

⁶⁷ Bufdir (2018, oppdatert 2019). Fenomenforståelse. <[Fenomenforståelse \(bufdir.no\)](https://bufdir.no)>

⁶⁸ Se mer i kap. 4.2

foreldrene fortalte at de ikke var på nett. Det kom videre frem at hvis de skulle ta imot råd, så må det komme gjennom personer de har tillit til. Foreldrehverdag har lagt vekt på å gjøre informasjonen så enkel som mulig på nettsiden slik at den er tilgjengelig for alle, uten å gjøre det fordummende eller rette informasjonen mot spesifikke grupper.

Viktig med brukerfokus og faglig kvalitet i utvikling av tiltak

På spørsmål om hvordan de ulike informasjonstiltakene er utviklet eller burde utvikles, er det flere av informantene som trekker frem brukerinvolvering. Det å involvere målgruppen for tiltaket blir sett på sentralt for å utarbeide informasjonstiltak som treffer hvordan målgruppen ønsker å få informasjon. Bufdir forteller at de i redigeringen av nettsidene om tvangsekteskap, æresrelatert vold og negativ sosial kontroll har arrangert workshop med ungdom og tjenesteapparatet for å innhente deres synspunkter. De forteller at det har blitt en økt bevissthet på å involvere målgruppen i utviklingen av tiltak. Dette kommer også frem i intervju med IMDi, som forteller at både ungdom og minoritetsrådgivere ble inkludert i utviklingen av informasjonstiltaket Nora-portalen. Det ble satt sammen en prosjektgruppe av ungdom der historiene i Nora ble diskutert, og hvor ungdommene blant annet fikk komme med tilbakemelding på språket som ble brukt.

I utviklingen av tiltak forteller også flere informanter at de får hjelp av fagfolk, som kommer med innspill basert på deres ekspertområde. Ung.no samarbeider blant annet med IMDi for å kvalitetssikre deres innhold om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. I tillegg benyttes både IMDi, minoritetsrådgivere og Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll til å besvare spørsmål som kommer inn til ung.no. IMDi forteller at ung.no er en viktig kanal for ungdom, og at samarbeidet med ung.no også er en fin plattform for å gjøre deres andre informasjonstiltak, slik som Nora-portalen, mer kjent blant ungdom.

Bevissthet rundt begrepsbruk

Flere informanter peker på at «negativ sosial kontroll» og «æresrelatert vold» kan være ord og begreper som kan være tunge og belastende. Enkelte aktører forteller at de bruker positive kontraster til negativ sosial kontroll. Dette kommer blant annet frem i samtale med minoritetsrådgiverne som forteller at de ikke ønsker å skremme ungdom med begrep som «æresrelatert vold», men at de heller forteller at de jobber med at alle skal ha det bra og leve frie liv.

Minoritetsrådgiverne poengterer også at mange ungdommer heller ikke bruker eller ville søkt på begrepet «negativ sosial kontroll» eller «æresrelatert vold», siden dette er fremmede begreper for mange. På den ene siden er begrepene inkluderende fordi de kan treffe flere enn ved å bruke snevrere begreper som «tvangsekteskap» og «kjønnslemlestelse», som mange som utsettes for negativ sosial kontroll ikke vil kjenne seg igjen i. Informantene fra Røde Kors forteller blant annet at de skal revurdere navnet «Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse». De opplever at navnet både har en begrensende og en ekskluderende effekt, fordi det ikke fanger opp bredden i temaer målgruppen kan få veiledning på. Det kan også høres mer alvorlig og skremmende ut enn de spørsmålene og utfordringene mange i målgruppen har.

På den andre siden er begrepene «negativ sosial kontroll» eller «æresrelatert vold» såpass brede at det kan være diffust for den som leser begrepene hva det handler om. Innholdet i begrepet kan derimot være gjenkjennbart når man gir eksempler om «strenge foreldre», «strenge regler» eller «hva har jeg rett til». I intervju med Hjelpeskilden blir det også trukket frem at begrepet «negativ sosial kontroll» kan være fremmed for ungdom. I deres podkast «Utbryterne» bruker de derfor heller uttrykk som «å være fri». Liknende refleksjoner kommer også frem i intervju med Bufetat som forteller at de i gjennomføringen av Nora-gruppen, som er et tilbud for de som risikerer å møte sosial stigmatisering etter brudd i partnerskap og familierelasjoner, er bevisst på at

«æresvold» kan være et fremmedgjørende begrep for deltakerne. De bruker derfor enklere begreper når de jobber med tematikken, og har fokus på de positive kontrastene til negativ sosial kontroll, som mestring og fellesskap.

I formidling av informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold kan det være fint å ta i bruk eksempler for å bedre illustrere hva som ligger i begrepene. En informant fra Skeiv Verden forteller at de gir ulike eksempler når de forklarer negativ sosial kontroll til ungdommen. De er bevisst på å ikke gi eksempler på de mest ekstreme tilfellene av fenomenene, siden dette både kan være skremmende, men også fordi mange ikke vil kjenne seg igjen i disse. Dette kommer også frem i samtale med en representant fra IMDi som forteller at det som har fått mest oppmerksomhet i det offentlige er tvangsekteskap, men at kontroll kan være mye mer enn det. Det som det er flest saker av er at ungdom ikke får være med på fritidsaktiviteter eller at man ikke kan få ha venner av andre kjønn. Nora-portalen har fokus på å disse historiene, slik at ungdommen kan kjenne seg igjen.

Informantene forteller videre at begrepsbruken rundt negativ sosial kontroll og æresrelatert vold er i stadig endring, og at det kan være utfordrende for hjelpeapparatet å holde seg oppdatert på feltet. De opplever at nettverkssamlinger regionalt kan være viktige arenaer for å opprette og holde kontakt med andre på feltet, og for å kunne følge bedre med på utviklingen.

5.3 Vurdering av hva som mangler av informasjonstiltak og forbedringsområder

På spørsmål om hvilke informasjonsbehov om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold som ikke dekkes i dag trekker informantene frem særlig tre ting: manglende informasjon rettet mot målgruppene foresatte, nyankomne innvandrere som ikke har rett til introduksjonsprogram og særlig sårbare grupper.

Mer og bedre informasjon rettet mot voksne og foresatte

Gjennom intervjuer blir foresatte og foreldre trukket frem som en målgruppe som er lite inkludert i informasjonstiltakene som eksisterer i dag, noe som også bekrefter funnene fra dokument søket Rambøll har gjort. Flere av informantene trekker frem at dette er en utfordrende gruppe å nå ut til, og at det har behov for en diskusjon om hvordan man kan nå ut til denne målgruppen og hvilken informasjon som bør formidles. En informant fra IMDi forteller at det burde være mer fokus på forebygging og hjelp til foreldre som oppdrar barn som er krysskulturelle. Kontrollen foreldre utøver kan ofte være et resultat av at man ikke vet hvor man skal sette grensene og at man har behov for mer veiledning. Det er da viktig at man gir informasjon til denne gruppen og anerkjenner hvor vanskelig det er å oppdra barn som er krysskulturelle. I samtale med en annen representant fra IMDi blir det trukket frem at det kan være behov for å ikke bare gi informasjon til foreldre om at det ikke er lov å utøve negativ sosial kontroll eller æresrelatert vold, men i tillegg gi informasjon om hvilke tjenester de kan henvende seg til når de er bekymret for sine barn. Dette innebærer også å gi informasjon om hva som kan være konsekvensene av å sende sine barn til et annet land. Dette kommer også frem i samtale med integreringsrådgivere som forteller at en strategi kan være å formidle informasjon om konsekvenser. Et eksempel på dette er i tilfeller der foreldre tar med seg barna til sitt opprinnelsesland for lengre perioder og senere ønsker å vende tilbake til Norge, hvor det kan være behov for å formidle informasjon og skape forståelse om at dette kan påvirke barnas skoletilbud og utdanningsløp i Norge. Informantene forteller videre at informasjonen som gis til foreldre ikke bare må gis i form av foreldreveiledning til foreldre med små barn, men at dette er en kontinuerlig prosess og at det er behov for å gi denne informasjonen også når barna blir ungdom.

Flere og mer tilpassede informasjonstiltak rettet mot nyankomne innvandrere utenfor introduksjonsprogram og særlig sårbare grupper

Flere av informantene trekker frem voksne nyankomne innvandrere uten rett til introduksjonsprogram som en gruppe som er spesielt sårbare og viktige å nå med informasjon, siden de kommer til et nytt land uten kjennskap til språk, system eller rettigheter. Dette gjelder spesielt familiegjennforente kvinner, som ifølge informanter ofte kan stå i et avhengighetsforhold til mannen og som kan være redde for å miste oppholdstillatelsen hvis de bryter ut av ekteskapet. Informantene poengterer at det burde gis informasjon til denne målgruppen på et språk de forstår, slik at man sikrer at de er klar over sine rettigheter og hvor de kan søke hjelp hvis det blir behov. Andre sårbare grupper blir også nevnt, som det finnes lite tilpassede informasjonstiltak til. Dette gjelder blant annet personer med fysisk eller psykisk funksjonsnedsettelse, som for eksempel kan ha problemer med å søke på internett og derfor trenger informasjon som tilgjengeliggjøres på andre måter.

Behov for å tilpasse formidlingskanaler for bedre tilgjengelighet

Informantene forteller at det er behov for å tilpasse informasjonstiltakene bedre til de ulike målgruppene. Informasjonen som kommer fra direktorater og departementer kan fort bli byråkratisk i sitt språk og fokus, og at man derfor må lage noe som treffer både ungdom og foreldre bedre. Representant for Ung.no forteller at det er viktig at artiklene som publiseres på deres nettsider ikke er for tunge å lese, og at språket må være tilpasset de unge. Ungdom er i dag vant til at nettsider og apper de bruker har et godt design med visuell fremstilling. Dette er noe de derfor ønsker å jobbe med fremover for at artiklene og informasjonen på ung.no i større grad skal treffe ungdom som målgruppe. Ung.no samarbeider med IMDi om temaet negativ sosial kontroll, og IMDi svarer både på spørsmål og skriver artikler om temaet. IMDi viser til at det er viktig at man i formidlingen av temaet til ungdom har fokus på at ungdom skal kjenne seg igjen, at man møter dem der de er, og at det ikke oppleves stigmatiserende. IMDi har anbefalt at informasjon om negativ sosial kontroll på ung.no også burde bli inkludert i informasjon om ulike ungdomsopplevelser slik som forelskelse, seksualitet og utdanningsvalg.

I intervjuene er det også flere informanter som reflekterer over at informasjonstiltakene i større grad burde formidles i kanaler ungdommen bruker mye. I samtale med en representant fra IMDi kommer det frem at informasjonstiltaket Nora er best kjent blant tjenestene, men at de ikke har så mye treff fra ungdom på nettsiden. Planen fremover er derfor å i større grad reklamere for informasjonstiltakene på plattformer som ungdommene i større grad bruker. Hjelpeskilden har hatt gode erfaringer med å bruke Snapchat som kanal for å snakke med ungdom og unge voksne. Kontoen ble opprettet under koronapandemien for at unge skulle ha en kanal å treffes på. Hjelpeskilden er påkoblet hver dag og har ulike temaer som tas opp, og gir råd og informasjon. Dette er også en viktig plattform for at unge kan snakke med hverandre. Foreldrehverdag har også hatt gode erfaringer med å bruke sosiale medier for å få oppmerksomhet rundt nettsiden. De har blant annet postet videoer og brukt annonser, og har i tillegg hatt poster på ulike språk. Røde Kors har ved flere anledninger hatt kampanjer på sosiale medier for å synliggjøre Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse. Informantene fra Røde Kors forteller at dette har fungert svært godt, og gitt betydelige utslag på besøksstatistikken på nettsiden til Røde Kors-telefonen. De har hatt betalt markedsføring på Facebook og Instagram, og hatt en kampanje på Snapchat. Informantene kan fortelle at målgruppen for Røde Kors-telefonen har vært med på utforming av de større kampanjene, ved at de har gjennomlest tekster, gitt innspill til nettsiden, bilder og gitt tilbakemelding på annonser.

5.4 Utvikling de siste fem årene

Ut fra intervjuer med nøkkelaktører, samt ut fra dokumentetsøket, kan vi se en tendens til utvikling av informasjonstiltakene de siste fem årene når det gjelder aktører som informerer om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, målgrupper/målretting, begrepsbruk og format.

Vi ser for det første at veldig mange av de identifiserte tiltakene er relativt nye, eller oppdaterte. Dette kan både handle om at kunnskapen på feltet har endret seg slik at innhold må oppdateres, at man har sett behov for nye tilnærminger i informasjonsformidlingen om tematikken og eventuelt at flere aktører har begynt å jobbe med tematikken. Akkurat hva som er årsaken er vanskelig å si, men vi vet fra før at offentlige aktører har jobbet på feltet i flere år. Det er mulig at frivillige organisasjoner imidlertid har bedre forutsetninger for å jobbe med tematikken etter at IMDi lanserte tilskuddsmidler til frivillige organisasjoner som jobber med tematikken.

Informantene opplever at utviklingen i informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold de siste fem årene i stor grad handler om en inkludering av flere målgrupper. Dette gjelder blant annet at det er blitt flere informasjonstiltak rettet mot ungdom i tillegg til tiltakene rettet mot hjelpeapparatet. I tillegg har det vært en utvidelse av ulike formater på informasjonstiltakene, fra å bare ha brosjyrer i papirformat til å også formidle informasjon gjennom film og nettsider. Det vises også til at det har blitt et større fokus på å inkludere LHBT-personer som målgruppe for informasjonstiltakene, og at det blant annet er flere organisasjoner som er bevisst på dette.

Vi kan se at noen av de nyere tiltakene fra det offentlige har en mer nøytral eller positiv ordbruk rundt tematikken og snakker om frihet fremfor kontroll og vold. Dette er spesielt synlig på Nora-portalen. Det kan virke som de frivillige organisasjonene som jobber med dialogbaserte tilnærminger også har en inngang som fokuserer på hvordan man skal få til å skape et godt liv, fremfor å benytte negativ sosial kontroll og æresrelatert vold som begreper.

Begrepsbruken har nok endret seg over de siste årene, fra å konsentrere seg om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse spesifikt til å benytte negativ sosial kontroll som en samlebetegnelse, som ble innført med Handlingsplanen mot negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og kjønnslemlestelse (2017-2020), «Retten til å bestemme over eget liv». Begrepsbruken henger imidlertid litt igjen i enkelte informasjonstiltak, slik som «Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse, som i dag favner mye bredere enn disse to fenomenene. Raske endringer av begrepsbruk har blitt trukket frem som et viktig utviklingstrekk i mange intervjuer.

Nær samtlige informanter mener videre at det har skjedd en tydelig digitalisering av informasjonsformidlingen de siste årene. Covid-19 som preget samfunnet i Norge i store deler av 2020 og 2021, har bidratt ytterligere til dette. Dette bekreftes av dokumentetsøket, hvor vi fant mange informasjonstiltak på internett.

Det påpekes også i et intervju at det har dukket opp flere hjelpelinjer om tilgrensende tematikk – blant annet VO-telefonen (2019) og ungerelasjoner.no (2021). Vi får høre at aktørene henviser til hverandre for å samarbeide på feltet.

5.5 Viktig å tenke på i den videre utviklingen av informasjonstiltak

I samtale med informantene spurte vi om hva som er viktig å ta hensyn til i arbeidet med å utvikle nye informasjonstiltak. Informantene trekker frem ulike hensyn rettet mot hvordan tilrettelegge for å bedre nå målgruppene ungdom og foresatte, samt viktigheten av begrepsbruk og språk.

Brukermedvirkning er viktig for å treffe med informasjonstiltakene

Informantene påpeker at målgruppene har ulike behov når det gjelder hva de trenger av informasjon og hvor denne informasjonen formidles. Ungdom har ofte ikke tid til å se på en lang video på grunn av både at en travel hverdag, men også på grunn av konsentrasjon og fokus. Informantene trekker frem brukermedvirkning som viktig i utvikling av tiltak, og at ungdom bør inviteres til fokusgruppe for å høre hva de opplever det er viktig å få informasjon om, og på hvilken måte. Når det gjelder hva som formidles av informasjon, nevner en informant at det er viktig at ungdom i tillegg til å få informasjon om sine rettigheter også får informasjon om hva foreldre kan bestemme over, rettere sagt foreldreansvar.

Viktigheten av brukermedvirkning ble også nevnt i forbindelse med utvikling av informasjonstiltak til foresatte. En informant trekker frem at foresatte og andre voksne kan ha utfordringer med å finne informasjon, og det er derfor viktig å høre hvordan de best tilegner seg informasjon.

Bevissthet rundt begrepsbruk

Som tidligere nevnt har flere av aktørene nevnt begrepsbruk som en utfordring. Ungdom har ikke alltid kjennskap til begrepene «negativ sosial kontroll» og «æresrelatert vold», og det er derfor viktig å være bevisst på dette i utviklingen av tiltak. Informantene forteller at for at informasjonen skal nå målgruppen må de kjenne seg igjen i det som blir formidlet og de må føle at det er trygt. Det er derfor viktig å skape tillit og være tilgjengelig, og unngå å bruke ord som oppfattes som skremmende eller fremmedgjørende. Språk kan også være en barriere, særlig for nyankomne og de med kort botid i Norge. Det anbefales derfor at informasjonstiltak utarbeides og formidles på flere språk.

Gjennomtenkt sammensetning av målgrupper

En informant trekker frem kvinnegrupper som man følger over tid som informasjonstiltak som treffer godt. Samtidig poengteres det at det er viktig å også involvere menn i arbeidet mot negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, og ha dem med som allierte og ikke bare som passive deltakere. Andre mener at å dele opp grupper etter kjønn kan være uheldig, fordi menn kan bli utrygge hvis de ikke er med på prosessen som kvinnen går gjennom og kan reagere på det. I tillegg er det viktig å være bevisst på at menn også kan utsettes for negativ sosial kontroll og ikke alltid er utøverne.

Vurdere og benytte eksisterende, effektive arenaer og plattformer

Det ble videre anbefalt å benytte arenaer og plattformer som kan være effektive for å formidle informasjon på. Det ble blant annet nevnt at plakater kan være en god metode for å gi informasjon, og at man i Sverige har brukt dette effektivt når det nærmer seg sommerferie. Plakater ble da hengt opp på toaletter som ungdom kan ta bilde av og sende til venner for å få informasjon og hjelp. Det ble også anbefalt å gi informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold på arenaer innbyggerne er i kontakt med, som helstasjon, hos fastlege og politi. Det er særlig viktig å gi informasjon via disse tjenestene for de som ikke deltar på andre arenaer i samfunnet, eksempelvis hvis de står utenfor arbeidslivet, ikke går på skole, eller ikke kan språket.

For å best mulig nå ut til foreldre ble det tipset om å bruke dialog og skape arenaer for å møtes. På slike arenaer kan man dele ut brosjyrer med informasjon, eller dele informasjonen med deltakere på digitale plattformer som Whatsapp. I tilfeller hvor det er vanskelig å nå inn til foreldre og foresatte, eksempelvis i lukkede miljøer, ble det trukket frem at barna er de viktigste aktørene siden de er den neste foreldregenerasjonen. En informant forteller at det derfor er viktig å formidle informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold på skolen for å forebygge. Barna lærer på denne måten om hvor skadelig psykisk vold og negativ sosial kontroll er.

Informasjonsdeling på skolen kan i slike tilfeller bidra til at barna tar det med seg denne informasjonen inn i sine valg videre i livet.

Andre informanter påpeker at det kan være effektivt å samarbeide med frivillige organisasjoner og moske som arenaer og inngangsport til å snakke om negativ sosial kontroll til voksne foresatte. Dette er naturlige samlingssteder for mange, og det er tillitspersoner man kan samarbeide med for å spre budskapet.

I utvikling av nye informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold ble det trukket frem at det er viktig å inkludere folk fra innvandrer miljøer, og ha mest mulig mangfold blant de som utvikler informasjonstiltak. Dette er for å ta hensyn til tidligere nevnte utfordringer rundt både kultursensitivitet og begrepsbruk.

5.6 Analyser av trafikkdata fra nettsider som informerer om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold

I forbindelse med intervjuene har vi også snakket om trafikkdata for nettsidene til informantene, og fått oversendt dataene. Trafikkdataene kan gi nyttig informasjon om bruken av nettsidene.

Tallene som forklares her handler om hvor besøkende kommer fra og ev. om det er sammenheng med synlighetskampanjer, antall besøkende på nettsidene, gjennomsnittlig lesetid på nettsidene og fluktfrekvens.

Fluktfrekvens (bounce rate) er et mål som forteller hvor mange besøk et nettsted som kun har sett på én side før de har forlatt nettsiden. Fluktfrekvensen kan imidlertid være vanskelig å tolke, fordi det kan være bra med et kort besøk på én side dersom det betyr at man har funnet det man lette etter med én gang – men det kan også bety at den besøkende raskt så at nettsiden ikke var interessant. På den andre siden kan det være ønskelig at leserne er innom flere undersider dersom man ønsker å holde på den besøkende lenger for å få til mer handling – men det kan også bety at leseren har måttet lete lenger etter informasjonen hun eller han ønsket. Derfor ønsker man vanligvis ikke altfor lav eller altfor høy fluktfrekvens, men en lav fluktfrekvens som betyr at en lav andel av alle besøkende kun er inne på én nettside, er oftest mest ønskelig. Slike tall er viktig å tolke i sammenheng med mer kvalitative data.

Tilsvarende gjelder data om lesetid, hvor en lang lesetid enten kan bety at det er så spennende at man leser lenge på siden, eller kan bety at teksten er vanskelig å lese og at man må lete lenge etter informasjon. Kvalitative data må derfor tas med i tolkingen av slike tall.

Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse

Hittil i år (per november 2021) har rodekorstelefonen.no 5 634 besøk, hvorav 4 942 er unike, med 7 762 pageviews. 50 prosent kommer fra mobil, 49 prosent fra PC og 1 prosent fra nettbrett. Informantene fra Røde Kors reflekterer også over viktighet av synligheten til nettsiden.

Trafikkdata fra nettsiden viser at på ett år (2020), var ca. 42 prosent av besøkene på nettsiden til Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse fra personer som har gått direkte inn på nettsiden, og som dermed kjenner til nettsiden fra før. En omtrent like stor andel av de besøkende, rundt 40 prosent, kom til nettsiden via Google-søk. Dette har antakelig sammenheng med at nettsiden kommer nokså høyt opp, i hvert fall på topp ti på listen, når man søker på enten «negativ sosial kontroll» eller «æresrelatert vold» på Google. 11 prosent av besøkene det året kom via Instagram og 6 prosent kom via Facebook – som i stor grad kan knyttes til kampanjer.

Informantene fra Røde Kors forteller videre at både ungdom og hjelpeapparat og fagpersoner ringer inn for å sparre om tematikken. I 2021 opplevde de at det har vært en overvekt av hjelpeapparat og fagpersoner som har tatt kontakt, snarere enn enkeltpersoner som har et problem. Blant enkeltpersoner som tar kontakt med Røde Kors-telefonen om tvangsekteskap og kjønnslemlestelse er de fleste over 20 år, noe som ofte henger sammen med at det tar noen år å erkjenne hvilken situasjon man står i, og det kan ta lang tid før man tør å be noen om hjelp. Informantene forteller videre at yngre personer nok foretrekker å chatte fremfor å ringe, men at de ikke har hatt nok folk til å bemanne chat-tjenesten de siste månedene og at den derfor har vært stengt i en periode. Informantene forteller samtidig at de fleste sakene handler om oppfølging av personer som har brutt med familien, flere som har tatt kontakt angående tvangsekteskap og noen få som er bekymret for barn som blir holdt i utlandet, mens de i mindre grad har mottatt henvendelser om mindre alvorlige saker. De reflekterer rundt hvorvidt dette delvis kan handle om at terskelen for å ringe er noe høyere enn å ta kontakt via for eksempel chat eller andre måter å få hjelp. Det skal nevnes at tjenesten også får en del henvendelser om hjelp og veiledning via e-post.

Videre forteller informantene fra Røde Kors at foresatte også kan ringe til Røde Kors-telefonen for veiledning, men at de ikke har hatt noen saker fra foresatte i år. Dette viser at denne målgruppen ikke nås i like stor grad gjennom dette tiltaket.

Nora-portalen

Det siste året (oktober 2020 til oktober 2021), har Nora-portalen hatt 17 238 besøkende og 13 595 unike sidevisninger. Det er landingssiden som har flest visninger med 4 011 sidevisninger, dernest /nora/historier/ med 1 845 visninger. Blant historiene har historien «Sjekker mobilen» fått flest sidevisninger med 546 visninger, historien «Nå vet alle det» har fått nest flest sidevisninger med 342 visninger og historien «Vennene mine sviktet meg» har fått tredje flest sidevisninger med 255 visninger.

Undersiden /nora/rettigheter/ har 1 202 visninger og /nora/podkasten-bak-lukka-dorer/ har 1 001 visninger. Undersiden /nora/her-kan-du-få-hjelp/ har 972 sidevisninger. Resten av undersidene har også under tusen visninger.

Gjennomsnittlig tidsbruk per side er på 01:51 minutter. Her er det tre sider som skiller seg ut med særlig lang gjennomsnittlig lesetid, over 4 minutter: /nora/podkasten-bak-lukka-dorer/ (04:17 minutter), /nora/ufrivillig-etterlatt/ (04:07 minutter) og /nora/ung-krysskulturell/ (04:00 minutter).

Disse tallene er viktig å se i sammenheng med intervjudata om nettsiden, hvor det ble fortalt at mange i hjelpeapparatet som for eksempel minoritetsrådgivere bruker siden i sin undervisning med elever på skolene, men at ungdommene selv ikke bruker siden på eget initiativ. Fra eget Google-søk ser vi også at Nora-portalen ikke dukker opp på førstesiden når man for eksempel søker på «negativ sosial kontroll», «frihet fra negativ sosial kontroll» eller «æresrelatert vold». Søker man derimot på «etterlatt i utlandet» kommer Nora-portalen opp som treff. I NIBR (2020) sin undersøkelse, fant de i workshop med ungdom på videregående skoler at ungdom i liten grad fant frem til spesialiserte nettbaserte ressurser da de fikk i oppgave å lete opp hjelp til ungdom som er utsatt for negativ sosial kontroll, og NORA-portalen ble ikke funnet av elevene.⁶⁹

⁶⁹ Leirvik, M.S., Aasland, A. & Staver, A.B. (2020). *Mange vil hjelpe, men hjelper det? En gjennomgang av hjelpetjenester for personer utsatt for negativ sosial kontroll, tvangsekteskap og kjønnslemlestelse* (NIBR-rapport 2020:5). Hentet fra <<https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/20.500.12199/5925/2020-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>

[Ung.no](#)

Representanten fra ung.no oppgir at temaet «Krysskulturell», som er det innholdet på deres nettside som er mest relatert til negativ sosial kontroll-tematikken, ligger på 143. plass i oversikten over de mest leste temaene. Artikkelen under dette temaet har totalt 5864 sidevisninger fra 01.01.2018 til i dag. Til sammenlikning har det mest populære temaet på nettsiden, «sex», 2 219 423 sidevisninger i samme periode.

Under temaet «Krysskulturell» har artikkelen «Lever du mellom to kulturer» flest visninger med 1393 sidevisninger fra 01.01.2018 til i dag, artikkelen «Utsettes du for negativ sosial kontroll» fjerde mest visninger med 494 sidevisninger, «Må du leve et dobbeltliv?» er sjette mest besøkte side med 344 sidevisninger, «Skal du til utlandet og er redd for å bli etterlatt er på syvendeplass med 142 sidevisninger og «Er det ditt ansvar å beskytte familiens ære?» er på åttendeplass med 90 visninger. Disse tallene er nokså lave sammenliknet med de mest populære temaene og artiklene på nettsiden, og dette indikerer at ung.no ikke er det nettstedet som brukes mest for å få informasjon om krysskulturalitet og negativ sosial kontroll.

Gjennomsnittlig lesetid på artiklene er 02:36 minutter – noe de til gjengjeld vurderer som ganske bra. Artiklene på Ung.no har en gjennomsnittlig fluktfrekvens på 76,40 prosent, som de selv betrakter som et greit tall, selv om den rent teoretisk sett er litt høy.

[Foreldrehverdag.no](#)

Hittil i år (per november 2021) har hele nettsiden hatt 740 000 besøk, hvorav hele 80 prosent kommer fra mobil, 15 prosent fra PC og 1 prosent fra nettbrett. Litt over halvparten av besøkene til nettsiden kommer via Google, noe som igjen bekrefter hvor viktig synlighet på Google-søkemotoren er. De har kjøpt mange søkeord slik at nettsiden skal komme høyt opp på Google-søk, men disse er i aller størst grad spisset mot baby og småbarn. Informanten oppgir at artiklene som handler om foreldre med barn i ungdomsalderen ikke er de som treffer deres publikum best, og det kan være noe sammenheng med hva som er betalt for av søkeord. Det er mange som går rett inn på en artikkel og ikke går via landingssiden. Informanten oppgir videre at det er mange som kun leser én artikkel og deretter går ut igjen av nettsiden.

6. INNSIKT OM MÅLGRUPPENES VURDERINGER RUNDT INFORMASJON OG KOMMUNIKASJON

Tidlig i Del 1 i prosjektet ble det gjennomført to fokusgrupper med ungdom, en på en videregående skole og en i en ungdomsorganisasjon med litt eldre ungdom. Det ble også gjennomført en fokusgruppe med foreldre, gjennom IMDi. Mot slutten av Del 1 i prosjektet ble det gjennomført en fokusgruppe med ungdom på den samme videregående skolen og med foresatte samt nøkkelaktører som kjenner spesielt godt til foreldregruppen. Formålet var å fokusere enda tydeligere på anbefalinger for fremtidig innretning av informasjonstiltak. Dette kapitlet oppsummerer sentrale funn fra disse fokusgruppene.

6.1 Innsikt fra fokusgruppe 1 med ungdom

6.1.1 Generell mediebruk, informasjonsinnhenting og kommunikasjon

Fokusgruppene med ungdom viser at ungdommen bruker mange forskjellige digitale medier og kommunikasjonsplattformer i sin hverdag. Blant de nevnte medieplattformene finner vi TikTok, Snapchat, Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, Quora og Reddit. Ungdommene bruker i tillegg flere kommunikasjonsplattformer, som Whatsapp, Facebook Messenger, Viber, og Teams. Med unntak av Quora og Reddit, er det også lite grad av nettsider i bruk blant denne målgruppen. Samtidig uttrykker ungdommen at de ikke har noe særlig noe forhold til analoge medier, som for eksempel trykte aviser.

Hvilke plattformer som anvendes for å finne fram til informasjon avhenger av hva slags informasjon ungdommen er på utkikk etter. Instagram og Snapchat brukes i hovedsak som bildedelings- og bildelagringsverktøy. En informant nevner også de anvender Snapchats nyhetsfunksjon til å oppdatere seg om nyhetsbildet. Plattformer som Youtube og Twitter brukes også for få tilgang til forenklete nyheter. Dermed brukes aviser, både analoge og digitale, i liten grad for å finne informasjon.

Youtube, TikTok, Quora og Reddit brukes for å finne svar på generelle spørsmål, informasjon og tips og triks om diverse ting. I tillegg er Quora og Reddit kun nevnt som medier for å finne informasjon i fokusgruppen med den eldre ungdomsgruppen.

Ungdommen er vant til å bruke nettsider for å finne informasjon dersom de leter etter noe spesifikt. Ellers er de mer vant til å bruke sosiale medier.

Sosiale medier fremheves tydelig som kommunikasjonsplattformer for å nå venner og jevnaldrende. Spesielt gjelder dette Snapchat og Facebook Messenger. Kommunikasjon med foreldre foregår over Whatsapp, Viber eller direkte på telefon, mens det er mest vanlig å kontakte lærere, minoritetsrådgivere og forelesere på Microsoft Teams og Zoom. Blant den eldre ungdomsgruppen nevner et par at de bruker sosiale medier svært lite, men hvis de gjør det, er det for kommunikasjon med venner eller familie.

6.1.2 Å finne informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold

Ulike strategier for å søke informasjons og hjelp

Et hovedfunn er at de fleste ungdommene ikke nødvendigvis tyr til internett eller sosiale medier først dersom det skulle oppstå situasjoner hvor de måtte finne informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Ungdommene nevner istedenfor at de ville søkt informasjon

gjennom profesjonelle personer som minoritetsrådgivere, eller venner. Noen ville også brukt psykolog for å få hjelp med denne typen problemstillinger. Den eldre gruppen nevner også at de har kontaktet ambassader i tilfeller hvor en venn har vært i fare. Ut fra dette ser vi at de unge foretrekker digital, sosial og personlig formidling i kanaler de kjenner. Funnene tyder også på at hjelpemålgrupper, slik som profesjonelle, er viktig for ungdom.

Ungdommene synes det er enklere å snakke om hva de ville gjort for å finne informasjon for andre. Når de blir spurt om hvordan det ville vært å finne informasjon eller søke hjelp på vegne av seg selv, er det flere som sier at de hadde holdt det inne eller hadde vært skeptiske til å dele den delen av livet med noen.

Begge gruppene trekker også frem at det kan være viktig å snakke med foreldrene til vennene sine dersom de mistenker at vennen utsettes for negativ sosial kontroll. Dette mener de kan forsikre foreldrene om at vennene er gode personer som det ikke er problematisk å bruke tid med. De mener også at foreldrene kan bli betrygget av å møte vennenes foreldre. De nevner at dette kan gjøres ved å for eksempel skape arenaer hvor foreldrene kan møtes, i egne hjem eller på skolen. Ungdommene forteller at de gjerne hadde gått til egne foreldre eller andre nære relasjoner aller først, dersom de hadde mistenkt at noen de kjente var utsatt for negativ sosial kontroll og/eller æresrelatert vold.

Oppsummert ser vi en sentral forskjell i hvordan den yngre og eldre ungdomsgruppen forholder seg til tematikkene negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, og hvordan de hadde oppsøkt informasjon dersom de måtte. Den yngre fokusgruppen er mye mer fokusert på å snakke med sine venner, foreldre eller minoritetsrådgivere for å løse problemer eller finne informasjon om tematikkene, mens den eldre gruppen er tydeligere på at det også er mulig å gå gjennom offentlige instanser, som ambassaden eller politiet. Den yngre gruppen synes terskelen for å henvende seg til offentlige instanser er stor.

6.1.3 Vurdering av eksisterende informasjonstiltak

Etter en diskusjon om mediebruk, fikk ungdommen mulighet til å vurdere ett utvalg av eksisterende informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Følgende informasjonstiltak ble gjennomgått og diskutert:

1. Historie fra virkeligheten på Nora-portalen: [Hvor er kompisen min? | IMDi](#)
2. Brosjyre fra IMDi (fysisk format)
3. Podkast: ["Bak lukka-dører" | IMDi](#)
4. Instagram-post fra SEIF: [SEIF on Instagram: "Føler du at din frihet er kontrollert av de rundt deg? 🗨️ La Oss Snakke #Los #negativsosialkontroll #sosialkontroll #tvangsekteskap"](#)
5. Video Fire unge mennesker med hver sin historie snakker om negativ sosial kontroll, IMDi: [Fire unge mennesker med hver sin historie snakker om negativ sosial kontroll on Vimeo](#)
6. Brosjyre fra Mira-senteret (fysisk format)
7. Røde Kors-telefonen: [Røde Kors-telefonen \(rodekorstelefonen.no\)](#)
8. TV-programmet Skamløs: <https://tv.nrk.no/serie/skamloes/sesong/1/episode/3>
9. Instagram-post. Helsestasjon for ungdom i Stjørdal: [@ungdomshelsestjordan on Instagram: "#tvangsekteskap #kjønnslemlestelse #æresrelatertvold #negativsosialkontroll #sommerferie @alarmtelefonen @rodekorsungdom #helsesykepleier"](#)
10. Ungdomsgruppe hos MIR: [Ungdomsgrupper i romjulen - MiR \(mirnett.org\)](#)

Audio-visuelle informasjonstiltak med gjenkjenningskraft foretrekkes

Audio-visuelle informasjonstiltak, som sofapraten «Fire unge mennesker med hver sin historie snakker om negativ sosial kontroll» fra IMDi og «Skamløs»-serien fra NRK, foretrekkes tydelig av målgruppen. De forteller at det er lettere å følge med på visuelt innhold hvor folk snakker og forklarer tematikkene, enn å lese lange tekster. Det forteller at det er lettere å følge med på audio-visuelle tiltak. Samtidig kan videoene anses som lange, og korte format anbefales for å holde på oppmerksomheten.

Noen av informantene trekker fram sofapraten fra IMDi og TV-serien fra NRK, som inkluderte norske kjendiser, som gode informasjonstiltak fordi kjendisene hadde gjenkjenningskraft for målgruppen. For ungdommene betydde dette at de fikk økt interesse for å se på innholdet. Samtidig relaterer flere av ungdommene til den kulturelle bakgrunnen til personene i videoene.

Det er det noen av informantene som sier at de ikke hører mer på kjendiser eller influensere enn andre personer. De mener at det innholdet i informasjonen som formidles er viktigere enn hvem avsenderen er, uavhengig av om det er en kjendis eller ikke.

Personlige historier treffer

Den personlige historien fra Nora, videoen fra IMDi og TV-serien fra NRK er til felles at de anvender personlige historier for å nå ut til målgruppen. Dette oppleves som svært positivt av ungdommene i fokusgruppen. Historien fra Nora trekkes frem er en klar favoritt, ettersom den er personlig, men også fordi den er presentert tydelig og på en enkel måte. Dette kan tydeligvis kompensere for at historien er formidlet gjennom tekst og ikke som audio-visuelt medium.

Delte meninger om papirbrosjyrer

For en del av ungdommene gir brosjyrer enkel og konkret informasjon som er lett tilgjengelig på for eksempel skolen, og er derfor nær og tilgjengelig for målgruppen. Brosjyrene kan deles ut til ungdom eller være tilgjengelig i gangen, inne hos minoritetsrådgiver e.l.

Ungdommene reflekterer over at det kan være en barriere å selv ta eller å ta imot en brosjyre åpenlyst, fordi tematikken kan være tabubelagt. I tillegg kan det være vanskelig dersom foreldrene eller andre som eventuelt utøver negativ sosial kontroll er i nærheten. Noen sier de ville tatt med seg en brosjyre hvis den lå åpent tilgjengelig, mens andre ikke ville gjort det. Noen trekker frem at det er best om man kan lese den typen informasjon i fred uten at noen ser at man er interessert i det. En lapp som henger inne på toalettavlukket blir trukket frem som et godt grep av den grunn.

Ungdommene mener at brosjyrene som er tilgjengelig på skolen ser utdatert ut i layout. De reflekterer også over at brosjyrer kan være lite effektive ettersom informasjon og tiltak kan endre seg raskt og at analoge informasjonstiltak vil ta lenger tid å oppdatere og erstatte enn for eksempel en nettside.

Nøytral eller positiv ordbruk er viktig i informering om slike tematikker

Ved diskusjoner rundt hjemmesiden til Røde Kors-telefonen, kommer et annet sentralt poeng fram, nemlig ordbruk. Røde Kors-telefonen bruker begreper som «tvangsekteskap», «kjønnslemlestelse» og «æresrelatert vold». Dette er ord som anses som negative og skremmende av ungdommene, og de anbefaler at informasjonstiltak bruker positive og lettere ord. I tillegg mener noen ungdommer at nettsiden er lite synlig, og at det skulle mye til for at de selv skulle ha funnet den over et søk på nettet.

Ungdommene om foresattes behov

Flere av ungdommene mener at foreldrene ville likt å ta med seg en brosjyre, fremfor å lete frem informasjon på nett. De mener det er viktig at informasjonen i så fall er oversatt til andre språk, for at kommunikasjonen skal nå frem og forstås av alle. Dette gjelder alle typer informasjonstiltak rettet mot foresatte. Flere av ungdommene mener også at det skal mye til før et informasjonstiltak endrer måten foresatte tenker og handler.

6.2 Innsikt fra fokusgruppe 2 med ungdom

Formålet med den andre fokusgruppen på en videregående skole var å tydeliggjøre anbefalinger for fremtidig innretning av informasjonstiltak. Informantene ble delt inn i to grupper, og hver gruppe tok utgangspunkt i en historie fra Nora-portalen for å søke opp informasjon knyttet til den nevnte problematikken.

Følgende historier ble brukt:

1. «Hvor er kompisen min?» som handler om en gutt som er engstelig for kompisen sin som har reist til utlandet og ikke kommet tilbake etter lang tid: [Hvor er kompisen min? | IMDi](#).
2. «Kan ikke komme for sent hjem» som handler om en jente som ikke får være med venner etter skolen: [Kan ikke komme for sent hjem | IMDi](#).

6.2.1 Søk etter informasjon

Først ble elevene delt i to grupper og fikk i oppgave å søke opp informasjon om hvordan man kan hjelpe personer som opplevde negativ sosial kontroll som vist i hver sin casehistorie.

Et tydelig funn er at selv om de fleste ungdommene bruker sosiale medier for å kommunisere med andre og for å konsumere diverse media, bruker de internett for å finne informasjon dersom de trenger hjelp eller tips. Dette er fordi sosiale medier som Instagram og Snapchat ikke har søkefelt som er tilpasset søk etter konkret informasjon. Deltakerne i fokusgruppen brukte kun Google på PC til å søke på informasjon. Informantene forteller at de vanligvis ville brukt mobiltelefonen for å søke opp informasjon.

Den ene gruppen som jobbet med caset «Hvor er kompisen min?», Googlet et konkret spørsmål for å finne informasjon til første historie, nemlig «Hva kan man gjøre dersom man blir sendt til hjemlandet». Siden de fant først var [Trues med å bli sendt til hjemlandet — Ung.no](#). Deretter klikket de seg videre inn på nettsiden for å lese mer og fant blant annet lenke til alarmtelefon og døgnåpen chat, informasjon om når man kan flytte hjemmefra, og etter en del klikk kom de frem til en lenke for å melde fra til barnevernet digitalt. Andre treff på Google var UDI-nettsider som handlet om tilbakevending til hjemland dersom man ikke lenger vil være i Norge, og informasjon om at man kan sendes ut av Norge hvis man ikke har oppholdstillatelse – noe som ikke var relevant for situasjonen de søkte informasjon om. Gruppen Googlet deretter «vennen min er sendt til hjemlandet, hvordan få han tilbake», men fant igjen treff som handlet om å forebygge før reisen var foretatt og ikke etter at reisen var foretatt.

Den andre gruppen som jobbet med caset «Kan ikke komme for sent hjem», og kombinerte ordet «hjelp» og «strenge innetider» i sitt Google-søk etter informasjon. Siden de fant heter [Foreldrene mine har alt for strenge innetider! — Ung.no](#). Denne gruppen fant altså også Ung.no som første treff. De klikket seg videre inn på siden, der de fant svaret på et spørsmål om strenge innetider. I svaret var det lenket til barneloven. I tillegg merket de to andre sider som var lenket under svaret: [Hvordan snakke med foreldre som ikke forstår deg — Ung.no](#) og [Krancling, strenge grenser og bråk hjemme? — Ung.no](#). Andre treff på Google var Kvinneguidens Forum-side om tematikken barn og familie, en Bufdir-side om å sette grenser for tenåringer og Forumet Freak.no

med en tråd om strenge foreldre. De resterende sidene var mindre relevante for caset. Gruppen snakket også om verdien av å chatte på internett som man kan bruke i slike situasjoner som caset de jobbet med. De googlet derfor også «psykisk helse chat» og fikk opp chatten til Mental Helse og nettsiden til Metakognitiv Terapi Oslo.

6.2.2 Vurdering av informasjonen som ble funnet

Etter å ha søkt etter informasjon for å hjelpe personene i historiene fra Nora-portalen, ble informantene bedt om å vurdere informasjonen de hadde funnet. Her utdypet de hva som var bra med informasjonene og hva som kunne ha vært bedre.

Ung.no oppfattes som troverdig

Ung.no er en nettside alle informantene har kjennskap til fra før. En del av informantene forteller at de er bruker nettsiden dersom de har personlige spørsmål de lurer på, og som de ikke ønsker å spørre sine jevnaldrende eller foreldre. De kommer oftest inn på Ung.no gjennom et Google-søk, og ikke nødvendigvis fordi de går direkte inn på nettsiden.

Som et informasjonstiltak, har Ung.no høy grad av troverdighet blant ungdommene i fokusgruppen. Deltakerne mener at nettsiden inneholder god og hjelpsom informasjon. Deltakerne trekker frem at en viktig grunn til dette er at spørsmålene på Ung.no besvares av fagpersoner, som psykologer, familieterapeuter og helsesøstre. Dette øker troverdigheten betraktelig og gjør at ungdommen kan stole på at det du lurer på blir tatt på alvor og behandlet med omhu. I tillegg oppfattes informasjonen på Ung.no som mer konkret enn andre sider som dukker opp i Google-søk. Elevene trekker også frem at nettsiden har eksistert en stund og derfor inneholder mange spørsmål og svar, og at sjansen for å finne det man lurer på derfor er høy.

Ønsker enda mer konkret og personalisert informasjon

Samtidig som informasjonen på Ung.no beskrives som god og hjelpsom, ønsker fokusgruppen at informasjonen skal spisses enda mer. Det kan for eksempel dukke opp artikler som er mindre relevante for det man leter etter, og derfor kan det ta en stund før man finner fram til den riktige informasjonen.

Gruppen som jobbet med caset «Kan ikke komme for sent hjem», opplevde at informasjonen de fant var lite konkret og at det kunne vært fint å få flere meninger eller perspektiver på saken. Informasjonen de fant inneholdt ikke noen konkrete tips de kunne gjøre for å hjelpe en person i den situasjonen, syntes de.

Gruppen som jobbet med caset «Hvor er kompisen min?», syntes de fant god og konkret informasjon til rettigheter og hva man kan gjøre for å forebygge en uønsket utenlandsreise. De stusset imidlertid over hvorfor de ikke fant noe som helst informasjon om hva man kunne gjøre for å hjelpe dersom en person allerede var reist til utlandet mot sin vilje og at dette var mangelfullt.

6.2.3 Lage eget informasjonstiltak

Ungdommene fikk deretter i oppgave å sette sammen et nytt informasjonstiltak basert på behovene de selv opplever, fordelt i de samme gruppene som før. De fikk i oppgave å bestemme hva slags format, målgruppe, innhold, ord/overskrifter, hvem som bør lage og dele informasjonen og hvor informasjonen bør være tilgjengelig.

Gruppe 1 – Videosnutt om frihet for ungdom

Formål

Den første gruppen ville lage et bredt informasjonstiltak med formål om å informere ungdommen om frihet. Gruppen poengterte at de gjennom informasjonstiltaket ønsket å forklare hva frihet betyr, hva som kan forventes av ungdom og hva slags rettigheter de har.

Målgruppe

Gruppen valgte alle ungdom som den primære målgruppen, heller enn en mer avgrenset gruppe. Gruppen nevnte at det er den målgruppen den kjenner best. I tillegg mente de at det var viktig å ha foreldre som en sekundær målgruppe fordi de har oppdragelsesansvaret.

Innhold og format

Av type innhold, ville gruppen skape et audio-visuelt informasjonstiltak. De ville skape korte videosnutter som de ville at skulle holde oppmerksomheten til målgruppen. De korte videoene burde ikke være lenger enn et minutt.

Tittelen på videosnutten bør helst starte med «hva» eller «hvordan». I tillegg prefereres ungdommelig språk for å nå ut til målgruppen. «Negativ sosial kontroll» er for eksempel et begrep som fokusgruppen generelt har et lite forhold til, og språket bør derfor tilpasses målgruppen.

Ord/overskrifter (tilgjengelighet)

Gruppen ville at språket som skal brukes er lett og tilgjengelig, slik at det mottas på en enkel måte.

Hvem bør lage og dele informasjonen (henvendelse)

Gruppen ønsker bruken av en mer personlig og ungdommelig tone i formidlingen av informasjonstiltaket, samtidig som tiltaket skal være generelt og ikke styre mottakerne i en gitt retning. Dette er fordi formålet er å informere, snarere enn å inspirere til handling eller atferdsendring. Dette tyder på et ønske om brukerfokus.

Gruppen trekker frem verdien av å involvere personer som har opplevd en begrensning i sin frihet om å ta del i utformingen av tiltaket. De kaller dette for «eksperter» med basis i egne livserfaringer.

De vil også involvere skoler som kjenner ungdommer og deres behov godt.

Hvor bør informasjonen finnes?

Ungdommen vil i hovedsak utvikle videosnutter. De vil spre videosnuttene gjennom sosiale medier, for det er der ungdommen bruker mest tid.

Designprinsipp

Videosnutter har gjerne fast format, uten at dette var noe gruppen reflekterte over eksplisitt. Gruppen sier at videoene i hovedsak skal ligge på nettet og er derfor primært et digitalt informasjonstiltak. Det kan dermed oppdateres eller legges til flere ved behov.

Gruppe 2 – Sammensatt informasjonstiltak om å leve dobbeltliv

Formål

Den andre gruppen ville lage et informasjonstiltak rundt det å leve et dobbeltliv. Formålet med informasjonstiltaket er å informere den generelle befolkningen hva det betyr å leve dobbeltliv. De ønsker mer fokus på temaet og mer fakta.

Målgruppe

Målgruppen for dette informasjonstiltaket er hele befolkningen, uavhengig av alder. Dette begrunnes med at alle har behov for å vite hva det innebærer å måtte leve et dobbeltliv.

Innhold

Også denne gruppen ville skape et audio-visuelt informasjonstiltak, i form av tekst, videosnutter og bilder. De anbefaler at videosnittene bør være korte og konsise i innhold og lengde for å både gjøre seeren nysgjerrig, men også for å holde på mottakerens oppmerksomhet. Gruppen ønsket også å kunne formidle nyhets saker eller andre dagsaktuelle ting. De nevnte Snapchat-nyheter som et godt format som kombinerer korte tekster, korte videosnutter eller bilder og som man kan klikke seg gjennom og velge om man vil lese mer om saken eller ikke.

Ord/overskrifter (tilgjengelighet)

Den andre gruppen vil også at språket som skal brukes i informasjonstiltaket er lett og tilgjengelig, slik at det mottas på en enkel måte. De foreslår å formulere overskrifter som spørsmål som ungdommene kan kjenne seg igjen i og kanskje har stilt seg selv, for eksempel «Kan jeg være meg selv her?», «Er du usikker på valgene dine?», «Kulturkræsje?», «Dobbel liv?» og spørsmål om ulike ting er rett eller galt. De anbefaler videre å bruke «hvordan»-spørsmål, som de selv ville brukt hvis de skulle funnet frem til informasjon på internett via en søkemotor. De anbefaler videre å bruke ord og overskrifter som vekker følelser for å fange mottakernes oppmerksomhet. Ungdommen i denne gruppen ønsker generelt bruk av en personlig og ungdommelig tone i informasjonstiltaket.

Hvem bør lage og dele informasjonen (henvendelse)

Også denne gruppen anbefaler at fagfolk gir informasjonen, fordi det styrker troverdigheten til avsenderen. Dette kan være for eksempel leger, psykologer, rådgivere og lærere på skolen. Videre foreslår de å bruke «folk med erfaring» for å formidle informasjonen. Dette kan være enkeltpersoner som har opplevd å leve et dobbeltliv, men som har fått hjelp og klart seg bra.

Hvor bør informasjonen finnes?

Ungdommen vil i hovedsak utvikle innhold som finnes tilgjengelig på sosiale medier. På sosiale medier må informasjonstiltaket gjerne spres som reklame også, slik at det kommer opp uten at de må søke på det. De nevnte at det kan være en fordel å ha en brukerkonto for informasjonstiltaket også, slik at man kan finne tilbake til informasjonen hvis man først har blitt oppmerksom på den gjennom reklame. Nevnte sosiale medier er Tik Tok, Snapchat, Instagram og Facebook. I tillegg nevner denne gruppen at tiltaket også kan spres gjennom skoler.

Designprinsipp

Videosnittene vil i hovedsak ha faste format. Grupper sier at videoene i hovedsak skal ligge på nettet og er derfor primært et digitalt informasjonstiltak.

Oppsummering

Selv om de to gruppene ønsket å lage informasjonstiltak som hadde noe ulikt tematisk fokus, var det flere fellestrekk i diskusjonene og anbefalingene rundt utviklingen av et nytt informasjonstiltak.

Først og fremst ser vi at enkel språkbruk en helt vesentlig del i utviklingen av informasjonstiltak for ungdommene. Det er viktig at språket resonnerer med og tiltaler målgruppen informasjonstiltaket er rettet mot.

Videre foretrekker ungdommene i begge gruppene audio-visuelt innhold som gir kort og presis informasjon. De begrunner dette med at videoer er lettere å følge med på enn tekster, spesielt når de er produsert i korte format og på en interessant måte som holder oppmerksomheten og kanskje vekker følelser eller nysgjerrighet.

For det tredje, anbefaler begge gruppene å trekke på brukeres erfaringer i utviklingen av informasjonstiltak. Begge gruppene ønsker at tiltakene skal være utviklet på bakgrunn av erfaringskunnskap og fagkunnskap, for å styrke kvaliteten på innholdet og formidlingen i informasjonstiltakene.

6.3 Innsikt fra fokusgruppe 1 med foresatte

De foresatte er aktive nettbrukere, men etterspør informasjonstiltak som i større grad baserer seg på erfaringsutveksling og samtale. De er opptatt av foreldreperspektivet og hvordan man kan bedre kommunisere med barna sine om vanskelige temaer. De virker mindre nysgjerrige på tematikken i seg selv enn det ungdommene er, og mer opptatt av hvordan de kan håndtere situasjonen dersom det skulle oppstå.

6.3.1 Generell mediebruk, informasjonsinnhenting og kommunikasjon

De foresatte fokusgruppedeltakerne viser en tilsvarende bredde i mediebruken til ungdommene. De bruker derimot en noe annen sammensetning av medier og kommunikasjonsplattformer. Sosiale medier er den mest brukte formen, og Facebook den mest populære plattformen, men det er et tydelig mindre fokus på sosiale medier og et større fokus på tradisjonelle og redaksjonelle medier som TV og aviser sammenliknet med ungdomsgruppen. Samtlige av de foresatte ser på TV og leser nettaviser mer eller mindre daglig. NRK, TV2 og VG trekkes frem.

Nettavisen er hovedkilden til informasjon og nyheter, ifølge fokusgruppen. Når de leser nettaviser, gjør de det som regel på telefonen, ikke nettside. De fleste ser også på nyheter på TV, både norske og utenlandske. Østlandssendingen på NRK og dekningen av pressemeldinger under pandemien trekkes frem som populære programmer. Blant internasjonale medier, nevner de BBC, Al-Jazeera og CNN.

Det legges også stor vekt på sosiale relasjoner og arenaer. En av deltakerne forteller at hvis de hører noe viktig, så ringer de rundt eller sender meldinger for å spre informasjonen. Dette kan både være innad i de norske miljøene eller med familie og venner i andre land. Deling av informasjon skjer også i moskeen (samtlige deltakere i fokusgruppen er muslimer), hvor de møtes hver uke. De forteller blant annet at de fikk mye informasjon om Covid-19 og smittevern gjennom moskeen.

Chattetjenester som Facebook Messenger og WhatsApp er den vanligste måten de foresatte kommuniserer med familie og venner på. Særlig WhatsApp er mye brukt for å snakke med familie i andre land.

6.3.2 Å finne informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold

Når det kommer til informasjon om problemstillinger knyttet til negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, er deltakerne i gruppen først og fremst opptatt av å oppsøke personer i nærhet

av saken. For eksempel venner eller andre foreldre. Dersom de trenger annen informasjon, søker de det opp på internett.

De er også spesielt opptatt av å ha en god dialog med sitt eget barn, og ser det som aller viktigst for å forebygge uheldige situasjoner.

6.3.3 Vurdering av eksisterende informasjonstiltak

Etter en diskusjon om mediebruk, fikk de foresatte mulighet til å vurdere ett utvalg av eksisterende informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Følgende informasjonstiltak ble gjennomgått og diskutert:

1. Video fra MiR: [Hva er negativ sosial kontroll? – YouTube](#)
2. Nettstedet Nora (IMDi): <https://www.imdi.no/nora/>
3. Kort fra Sanitetskvinnene: <https://sanitetskvinnene.no/sites/default/files/2021-01/HVOR%20GA%CC%8AR%20GRENSA%20kort.pdf>
4. Brosjyre fra Mira-senteret (fysisk format)
5. Dialogseminar med foreldre om tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll: [Et liv uten frykt og tvang - Multikulturelt Initiativ- og Ressursnettverk \(mirnett.org\)](#)
6. Historie fra virkeligheten: <https://www.imdi.no/nora/historier/hvor-er-kompisen-min/>
7. Røde Kors-telefonen: <https://rodekorstelefonen.no/>
8. Brosjyre fra IMDi (fysisk format)

Det er best å få informasjon fra andre personer med erfaring

Deltakerne i gruppen er alle enige i at de helst vil få informasjon fra andre personer som har erfaring med problemstillingen. De er opptatt av den personlige dimensjonen og setter pris på å se eller høre eksempler fra virkeligheten. De setter pris på denne tilnærmingen i Noras «Historier fra virkeligheten», IMDis video med fire unge mennesker som snakker om egne erfaringer med negativ sosial kontroll og TV-programmet «Skamløs».

Foreldreperspektivet er viktigst

Det viktigste perspektivet for de foresatte, synes å være hvordan andre foresatte har håndtert situasjoner som de har befunnet seg i. Deltakerne forklarer at de stoler mer på foreldre som forteller om sine erfaringer enn når det barn som forteller, fordi barn kanskje kan beskrive situasjonen på en annen måte for å få det som de vil. Det er også viktig for dem at tiltak rettet mot foreldre er tilrettelagt både for fedre og mødre. Særlig mennene i gruppen opplever at det i dag er et større fokus på å skape bevissthet rundt morsrollen enn farsrollen.

Ønsker mer samtale fremfor ren informasjon

De foresatte opplever at informasjonstiltakene i for stor grad er basert på enveiskommunikasjon og savner tiltak som legger opp til samtale og diskusjon. Aller helst ønsker de seg fysiske samlinger – for eksempel å «samle damene», som en av deltakerne beskrev det. Her nevnes for eksempel muligheten for mer veiledningstilbud eller kurs for foreldre. En av deltakerne uttrykte at de kunne tenke seg å se «case», som Noras historier fra virkeligheten, spilt ut i et rollespill eller film stedet for å lese det. Igjen er de også her interessert i foreldreperspektivet, og ønsker helst å se spilt ut om hvordan en forelder reagerer på situasjoner knyttet til negativ sosial kontroll og hvordan de kommuniserer med barna sine.

Tilgjengelighet og språk er viktig

Noe gruppen savner i de informasjonstiltakene de blir møtt med, er muligheten for å lese/høre det på ulike språk. De poengterer at mange minoritetsforeldre, særlig de som har kommet til Norge i voksen alder, ofte finner språket utfordrende og at det kan være en barriere for å få noe ut av tiltakene. Språkbarrieren oppleves særlig utfordrende når det gjelder informasjon om norsk kultur og samfunn. De er opptatt av at de trenger informasjon om hva det betyr å være ung i Norge, for de synes det er vanskelig å håndtere krysskultur. De foresatte foreslår å i større grad benytte minoritetspersoner til å snakke til andre minoritetspersoner, for å overkomme både språklige og kulturelle forskjeller.

6.4 Innsikt fra samtale 2 med foresatteperspektivet

Det ble gjennomført tre samtaler med hhv. én foresatt og to nøkkelaktører fra forvaltning og frivillig organisasjon mot slutten av Del 1, for å bedre forstå de foresattes behov.

Tillit, kultursensitivitet og dialog er essensielt

Det som gikk igjen i alle tre samtalene var at de fleste foreldre ønsker det beste for barna sine. De trenger derfor informasjon om rettigheter, slik som barnekonvensjonen, men også om konsekvenser for barna dersom man utøver streng kontroll, for eksempel psykisk helse og selvbilde. Informantene spiller videre inn at det kan være viktig å starte med et ufarlig tema, som det norske skolesystemet, for deretter å komme inn på negativ sosial kontroll og æresrelatert vold etter hvert. En informant sier at informasjonstiltak må skille tema for tema – også der er det viktig å begynne med noe trygt, så noe som er tøffere og vanskelig – siden man risikerer å miste noen på veien dersom man tar det verste med en gang, og det kan i verste fall oppfattes som stigmatiserende, rasisme eller diskriminering.

Å tilpasse kommunikasjonen til den enkelte person legges også vekt på som svært viktig. Hvis man kan inkludere personene selv og bruke konkrete eksempler, kan de lettere relatere og man kan komme dypere i tematikken og sette i gang refleksjoner på en annen måte enn ellers. Fagkunnskap, kulturforståelse og språkkunnskap trekkes frem som viktige suksessfaktorer i arbeidet med foreldregruppen.

Informantene er også enige i at det er nødvendig å skape tillit med personer før man når gjennom med denne typen informasjon. Å skape tillit er viktig, og å ikke dømme folk. Slik kan man lage en plattform for felles verdier, respektere kultur og tradisjon, men samtidig vise at noe praksis kan være skadelig. Derfor anbefaler alle dialogbaserte tiltak som metode, og den ene informantene sier eksplisitt at informasjon uten dialog ikke hjelper. Videre anbefaler de samarbeid med personer og aktører i nærmiljøet som innbyggerne allerede har tillit til – som frivillige organisasjoner, frivilligsentraler, imamer eller prester. Dette kan også være kjente personer med liknende bakgrunn som har klart seg bra, og som kan være «vitne» til at hun eller han har klart seg bra uten streng kontroll i oppveksten.

Både analoge/fysiske og digitale formater foreslås

En av informantene trekker frem at foreldregenerasjonen er mindre digitale enn ungdommen, og at dette også er svært viktig i valget av kanal for informasjonsformidling. Her er det imidlertid store forskjeller, og for eksempel fokusgruppen med foreldre som Rambøll møtte, var alle sterkt til stede på digitale plattformer. Representanten fra foresattegruppen som vi snakket med igjen i andre runde, trekker også frem TV som en plattform mange benytter, og at et samarbeid med utenlandske TV-kanaler eller radiostasjoner kan være nyttig for å spre informasjon til denne gruppen.

Forebygging viktig, men også informasjon om handlingsalternativer ved behov for hjelp

Informantene mener det er viktig å komme inn på denne tematikken tidlig når innvandrere kommer til Norge, slik at man kan forebygge tilfeller av negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Det er nok mest fokus på det i dag. Likevel bekrefter en informant at selv om det finnes steder foresatte kan ta kontakt dersom man er bekymret eller trenger hjelp, er de lite kjent og benyttes lite. Dette kan for eksempel vise til Røde Kors-telefonen eller barnevernet.

Ulike behov for menn og kvinner

Særlig to av informantene var opptatt av at det er viktig å endre holdninger knyttet til kjønnsrollene, for å kunne forebygge negativ sosial kontroll. De er spesielt opptatt av at kvinners og jenters rolle må styrkes, og at det blant noen menn og gutter er en «giftig maskulinitet» som må endres.

7. VURDERING OG ANBEFALINGER

Vurderingene i dette kapittelet gjøres på bakgrunn av hva vi har funnet om eksisterende informasjonstiltak, sett opp mot hva vi har funnet om målgruppens behov og ønsker for informasjon, kommunikasjon og mediebruk, samt innspill fra nøkkelaktører fra forvaltning og frivillige organisasjoner, kommunikasjonsteori og tidligere studier av virkninger av informasjonstiltak opp mot målgruppene eller om nærliggende tematikk.

På bakgrunn av innsiktsarbeidet har vi identifisert hvor det finnes gap mellom eksisterende informasjonstiltak på den ene siden og målgruppens vurderinger av eksisterende informasjonstiltak og forslag til forbedringer på den andre siden. I dette rommet finnes forbedrings- og utviklingsmuligheter som vi legger frem i dette kapittelet.

Som utgangspunkt er det viktig å bemerke at formidling typisk kan tjene tre overordnede formål, nemlig å skape synlighet, spre kunnskap og understøtte handling, og at disse tre formålene er internt avhengige: Formidling kan kun spre kunnskap hvis formidlingen oppdages (dvs. er synlig). Og formidling kan kun understøtte (korrekt/ønsket) handling eller atferd hvis den er kunnskapsbasert. Det er også verdt å understreke at formidling ikke alene kan bringe målgruppen fra synlighet, til kunnskap og deretter til handling eller atferd. Hvis temaet for eksempel er kontroversielt for målgruppen, må formidlingen typisk støttes av andre implementeringsgrep som utdanning, sparring, tilsyn eller annet.⁷⁰ Dette gjør seg også gjeldende i formidling om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, hvor det kanskje spesielt overfor foresatte er relevant å benytte andre grep i samspill med formidlingen, slik som nettverkstilbud, dialogsamlinger m.m.

7.1 Utvikle kanalstrategier til unge basert på brukerbehov

Anbefaling 1: Mer tilpassede kanaler til ungdom

Spesielt når det gjelder tiltak rettet mot ungdom, finner vi mange gode tiltak som eksisterer allerede, slik som Nora-portalen og Ung.no. Tiltakene rettet mot ungdom er i stor grad brukerorienterte, noe som vi vurderer er et uttrykk for grundig arbeid med portalenes innhold.

Vi ser imidlertid at tiltakene har et stort potensial i å bli mer tilgjengelige og synlige, slik at de i større grad tas i bruk av målgruppene. Dette gjelder særlig for ungdom. Det er påfallende at det er et stort brukerfokus i innholdet i form av eksempelvis gjenkjennelige fortellinger fra unges liv og i språkbruk, men ikke i kanalvalget – for informasjonstiltakene vi har identifisert ligger i avsenders kanaler. Derfor anbefaler vi å utforme en strategi som i større grad skjelner mellom *own*, *paid* og *earned* media – dvs. mellom kanaler som avsendere råder over (*own*), kanaler hvor man kan formidle til målgruppen mot betaling (*paid*, for eksempel annonsering på sosiale medier) og kanaler hvor avsendere skal gjøre seg fortjent til å formidle i (*earned*), for eksempel unges egne grupper eller influensere sin kommunikasjon. Ved å operere med disse tre kategoriene kan mulighetspaletten utvides, for å gjøre informasjonstiltakene tilgjengelig i de kanalene som ungdommene benytter (push), slik at man blir mindre avhengig av at brukerne må finne frem til avsenders kanaler for å se informasjonen. Kanalvalg i kommunikasjonen er avgjørende for å treffe målgruppene man søker å kommunisere til og med. Som kommunikasjonsteoretikeren Henry Jenkins formulerte det «If it doesn't spread, it's dead.»⁷¹

⁷⁰ Sepstrup, P. (1991). Tilrettelæggelse av informasjon. Kommunikations- og kampanjeplanlægging.

⁷¹ Et mer utdypende sitat: "Successful creators understand the strategic and technical aspects they need to master in order to create content more likely to spread, and they think about what motivates participants to share information and to build relationships with the communities shaping its circulation." *Spreadable Media, Creating value and meaning in a networked culture*, New York University Press (2013)

For eksempel finnes svært få av tiltakene i dag tilgjengelig på sosiale medier. Sosiale medier er godt egnet for at mottakere skaper eget innhold (blir avsendere), og for å delta aktivt i formidlingen ved å re-poste innlegg, kommentere og like.⁷² Siden interaksjon bidrar til å øke engasjementet mellom avsender og mottaker⁷³ og i tillegg er kanaler som ungdommene i stor grad benytter, bør en vurdere hvorvidt flere av tiltakene bør gjøres tilgjengelig på sosiale medier. Dette kan man gjøre ved å opprette egne kontoer på sosiale medier (own media) og å reklamere på sosiale medier (paid media) - og gjennom samarbeid ved å komme ut gjennom influenseres eller andres kanaler hvis de vurderer at innholdet er relevant (earned media).

Fokusgruppene med ungdom viser at de bruker Google til å søke opp informasjon. Dette støtter opp under en anbefaling om å jobbe med å forbedre søkbarhet (såkalt Search Engine Optimization/SEO) og betalt annonsering for innholdet på søkemotorer (såkalt Search Engine Marketing/SEM). Det kan også tilføyes at YouTube er verdens nest største søkemaskin etter Google. Google eier YouTube og favoriserer derfor denne i søkerresultater. YouTube har også en attraktiv annonseringsmodell med presis målretting.

Ut fra innsiktsarbeidet ser vi at de unge foretrekker digital, sosial og personlig formidling i kanaler de kjenner. Basert på innsikten fra Delrapport 1 og mediekonsumet i målgruppen, foreslår vi følgende kanaler/arenaer som aktuelle. Se listen i boksen under.

Figur 7-1 Liste over aktuelle kanaler for ungdom

- Tik Tok
- Snapchat
- Instagram
- YouTube
- Kino (segmenterte filmtitler)
- Twitch
- Online spill / ingaming
- Reddit
- Discord
- Influencere
- Søkemotorer

Som nevnt er synlighet en typisk overordnet formålstype for kommunikasjon⁷⁴, men ut fra våre data og analyser ser det ut som ingen av de identifiserte tiltakene i seg selv har som formål å skape synlighet – men at dette tidvis gjøres av noen gjennom kampanjer, mens andre ikke har gjort dette enda eller ikke gjort det i tilstrekkelig grad. Dette underbygger anbefalingen om å utarbeide en digital og sosial push-strategi til de unge især.

Når det gjelder utvikling av innhold rettet mot ungdom, har vi følgende refleksjoner basert på innsiktsarbeidet:

⁷² Jf. F.eks. Bruns, Axel: 'Doing social media – some fundamental principles', in: Keeping Good Companies nr. 62, s. 309-311, Governance Institute of Australia (2010)

⁷³ Se f.eks. Tække, Jesper (2010). «Facebook – et netværk i fællesskabet», i *MedieKultur. Journal of media and communication research* nr. 49, s. 123-136 (2010); Vilma Louma-aho & José-Maria Canel (2020). *The Handbook of Public Sector Communication*

⁷⁴ Se f.eks. Markedsføringsteoriens AIDA-modell som inneholder Attention, Desire, Interest og Action. Se f.eks.

<https://www.smartinsights.com/traffic-building-strategy/offer-and-message-development/aida-model/>

Figur 7-2 Innhold til ungdom

- Det finnes lite informasjon om hva man bør gjøre hvis man allerede har reist til utlandet og er redd for å bli etterlatt
- Innhold må lages på målgruppens og kanalens premisser. Spesielt for unge med høy grad av reklametretthet og utbredt skepsis overfor belærende foreldre og andre autoriteter må man også se på muligheter for å nå målgruppen med innhold som ikke oppleves som reklame. Skamløs er et eksempel som blir trukket frem i rapporten. Dette er innhold målgruppen oppsøker, noe som stiller større krav til innholdet. Det er svært få vellykkede virale kampanjer, og som oftest trengs det støttekanaler for å skape trafikk til innholdet.

Anbefaling 2: Koordinert bruk av flere plattformer (tverrmedial strategi)

Det er en utbredt praksis å samle flere produkter på en hjemmeside – noe som er allment kjent i kampanjer hvor en landingsside typisk utgjør ankerpunktet, og noe Nora-portalen er et eksempel på. Å samle materialer på en landingsside som gir et godt overblikk er lurt når flere produkter samles på en hjemmeside.

Det kan være praktisk å samle formidlingsprodukter på en hjemmeside under forutsetning av at formidlingen samtidig spres og at målgruppene trekkes til denne hjemmesiden. I dette tilfellet bør en sikre at hvert formidlingsprodukt har et tydelig formål og målgruppe, og at formidlingsproduktene «samarbeider» om å skape en tverrmedial og differensiert helhet på den samlede plattformen hvor hvert enkelt formidlingsprodukt oppfyller et spesifikt formål i en større helhet.⁷⁵ Det kan være behov for å sikre at de ulike formidlingsproduktene inne på Nora-portalen henger sammen i en felles kommunikativ opplevelse, som ideelt sett kan veilede mottakerne fra et formidlingsprodukt til et annet basert på brukerens egne preferanser og behov. Ideelt sett bør Nora-portalen kunne følge brukeren hele veien gjennom en «brukerreise», fra å vekke følelser til å agere og avhjelpe. Å koble ulike informasjonstiltak til hverandre er også et viktig virkemiddel for å hjelpe noen på hele denne «brukerreisen».

Som eksempel på dette kan en film vekke følelser og kan motivere til å lese et informasjonsark. Informasjonsarket kan i neste omgang romme lenker til en chatfunksjon med rådgivere, og via rådgivere kan man kanskje få levert kunnskap som utgangspunkt for ytterligere handling. Dette illustrerer en serie ulike formidlingsprodukter med vesentlige nyanseforskjeller med hensyn til formål og målgrupper og som henger sammen i en kommunikativ opplevelse, som ideelt sett kan veilede mottakerne gjennom en brukerreise fra å vekke følelser, til å få kunnskap, søke hjelp og så gå i dialog med voksenpersoner eller andre for å få hjelp. Det samlede tiltaket kan i et slikt tilfelle sies å ha et bredt og flertydig formål og målgruppe, siden tiltaket dekker hele brukerreisen, mens hvert enkelt formidlingsprodukt som tiltaket består av kan være meget spesifikt.

Litteraturen som er gjennomgått i forbindelse med undersøkelsen viser at man ikke kan anta at kortvarige eller enkeltstående innsatser vil gjøre store innvirkninger på holdninger og praksis. Nettopp fordi enkeltstående innsatser ikke fasiliterer en brukerreise. Derfor er det viktig å jobbe med differensierte og koordinerte tverrmediale innsatser, som strekker seg over tid og rommer flere kontaktpunkter. Kanalstrategisk bør en god landingsside derfor suppleres med tiltak som

⁷⁵ Jf. F.eks. Anja Bechmann Petersen "Cross-platform strategy thereby refers to how products are combined across platforms, how content bits are circulated and how users are engaging with the content bits in different distribution channels." *Towards cross-platform value creation*, 2012

spreer utvalgte elementer fra hjemmesiden ut i andre kanaler, og tiltak som trekker målgruppen inn på landingssiden.

Ved å tilrettelegge en kanalstrategi som gjør koordinert bruk av flere plattformer på tvers av analoge og digitale medietyper, kan målgruppene eksponeres på varierte måter for flere kontaktpunkter til informasjonstiltakene. Samtidig vil da de forskjellige plattformenes ulike egenskaper med hensyn til for eksempel kunnskapsformidling, interaksjon og deling, kunne utnyttes. Det har potensial til å gi informasjonstiltakene større gjennomslagskraft enn i dag, og samtidig vil en økt bruk av digitale plattformer med feedbackmekanismer⁷⁶ slik som sosiale medier, kunne gi IMDi (og andre avsendere) verdifull innsikt i hvordan mottakerne interagerer (fortolker, anvender og omtaler) med informasjonen.

Anbefaling 3: Tilrettelegge for mer interaksjon

Kommunikasjonsteori hevder at innhold som er ment å passe alle, sjeldent passer noen, fordi den ikke er tilpasset målgruppen. At mottakeren selv kan interagere med budskapet, og være med i skapelsen og interaksjonen, anses som en god kommunikasjonsmessig teknikk,⁷⁷ fordi mottakerens deltakelse kan være med på å skjerpe målrettingen. Ut over det er det en alminnelig forventning og et kjennetegn ved nåtidens digitale og nettverksbaserte mediebilde at alle til enhver tid kan kommunisere om alt med alle.

Dette innebærer at budskap fra eksempelvis myndigheter kan bli gjort til gjenstand for mottakernes egen kommunikasjon gjennom fortolkning, prioritering og i verste fall misbruk. Det må derfor anses som en fordel hvis mottakerne kan engasjeres i den opprinnelige formidlingen hvor avsenderen kan følge med og interagere med mottakerne, fremfor at mottakerne flytter formidlingen ut på egne blogger, sosiale medier, fysiske grupperinger eller lukkede nettverk, som avsenderen er avskåret fra. Dette gjelder især i forhold til unge utsatt for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, hvor hensikten nettopp er å etablere kontakt og dialog for å avhjelpe et problem.

I intervjuer med ungdom fremkommer det blant annet at det er positivt når ungdommen selv kan engasjere seg i innholdet i form av å kunne stille spørsmål. Innhold som aktiviserer ungdommen på andre måter virker også positivt på interessen og fokuset til ungdommene, slik som Snapchat-nyheter hvor man må trykke seg videre for å komme gjennom en sak.

Kanaler som muliggjør dialog og interaksjon er også effektivt til å snakke om en sensitiv tematikk, i det avsenderen kan lytte til den konkrete mottakers behov og ønsker og tilpasse sin kommunikasjon deretter. Kanaler og innhold som kan konsumeres alene (anonymt) er også et poeng som blir vektlagt av noen av respondentene. Vi ser et behov for diskresjon når det gjelder å finne og lese informasjon relatert til negativ sosial kontroll og æresrelatert vold, eksemplifisert gjennom at ungdom heller vil lese en lapp som henger i på toalettavlukket fremfor en lapp som henger åpent i gangene på skolen. Behovet for diskresjon er et særlig hensyn som bør ivaretas i kanalstrategien.

Oppsummert anbefaler vi:

- Å utforme spesifikke kanalstrategier for ungdom (og foresatte og profesjonelle), dvs. å ha tydelige strategier for hvilke kanaler hver enkelt av målgruppene best eksponeres for informasjonstiltakene og motiveres til endret atferd
- Å arbeide systematisk med brukermedvirkning, for eksempel i form av paneler, hvor kanalstrategien løpende kan vurderes og justeres

⁷⁶ Jf. Jensen, Jens F.; 'Interaktivitet & Interaktive medier, in: Multimedier, hypermedia og interaktive medier, Aalborg Universitetsforlag (1998)

⁷⁷ Jenkins, H. (2013) *Spreadable Media, Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press

- Få Nora på sosiale medier, for eksempel en egen Instagram-konto
- Markedsføre Nora-portalen på sosiale medier
- Å gjøre Nora-portalen til en del av en samlet tverrmedial strategi, og i den forbindelse avgjøre hvilke muligheter som finnes for å engasjere målgruppen mer interaktivt i enten selve Nora-portalen eller i en tilknyttet plattform
- Tydeliggjøre hva Nora er i toppen på forsiden da vi antar mange som besøker nettsiden ikke er kjent med innholdet fra før, jf. behov for en oversiktlig landingsside (det første de besøkende blir møtt med er en ny podkast-episode)
- At avsendere gjør seg tydelige som dialogpartnere i formidling, herunder ved å være verter for brukerpaneler
- Å utvide kommunikasjonspaletten med plattformer som inviterer til at målgruppene tar del i kommunikasjonen
- Å utvikle kommunikasjonsprodukter som egner seg for å dele og omsette i andre sammenhenger (print, repostning etc.)

7.2 Utvikle informasjon og kanalstrategi rettet mot foresatte

Rambølls søk etter informasjonstiltak og intervjuer med nøkkelaktører fra forvaltning og frivillige organisasjoner tilsier at det finnes relativt få informasjonstiltak rettet mot foresatte spesifikt og som handler om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Det vi har funnet av eksisterende informasjonstiltak har gjerne et lite spesifikt formål og målgruppe (nettsider), og er tilgjengelig for få (dialoggrupper). Skriftlige informasjonstiltak rettet mot foresatte har ofte et vanskelig språk og er i begrenset grad oversatt. Det er også mindre bruk av virkemidler herunder historiefortelling, rollemodeller og bildebruk i kommunikasjonen rettet mot foreldre.

Innsiktsarbeidet viser derfor at det er behov for å utvikle ny og mer tilpasset informasjon til foresatte, samt tilgjengeliggjøre informasjonen mer i de kanalene de er. Ofte er det foresatte som utøver den sosiale kontrollen og/eller har makt til å stoppe den, men det er også viktig å huske at voksne og foresatte også kan være ofre for negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.

Spesielt når det gjelder foreldre, hvor det trolig er større behov for holdnings- og atferdsendring, er det imidlertid viktig å påpeke at informasjonstiltak i seg selv ikke er nok, men må spille sammen med andre tiltak som nettverk, dialogsamlinger o.l.

Ut fra innsiktsarbeidet vurderer vi at de foresatte ønsker situasjonsbasert, tillitsbasert og respektfull formidling, gjerne ansikt til ansikt.

Anbefaling 4: Informasjon som følger foresatte i hele brukerreisen fra kunnskap til handling

I intervjuer med foreldre fremkommer det blant annet at de er opptatt av hvilke rettigheter de har som foreldre, og hvilke rettigheter barna deres har i forbindelse med sosial kontroll, og hvor grensen for negativ sosial kontroll går. I dette ligger et tydelig kunnskapsbehov, og vår vurdering er derfor at det er behov for å spre mer informasjon om rettigheter. Samtidig vurderer vi at det er behov for å gi mer informasjon om konsekvenser for barna, og har fokus på hvordan man kan hjelpe barna til å få et godt liv. Informasjon og kunnskap er ofte ansett som første steg på veien til å endre atferd eller holdninger.⁷⁸

Samtidig gir innsiktsarbeidet ett inntrykk av at foreldre i mange tilfeller vet hva negativ sosial kontroll er og det norske samfunnets forventinger til foreldrerollen, men at man ikke har full

⁷⁸ Sepstrup, P. (1991). Tilrettelæggelse av informasjon. Kommunikations- og kampanjeplanlægging.

forståelse eller enighet i de kulturelle normene for oppdragelse og grensesetting fordi man har et annet utgangspunkt. I disse tilfellene vil ikke informasjon og kunnskap nødvendigvis være nok, og da bør innholdet kanskje i større grad ta sikte på å endre holdninger noe som vil kreve andre former for kommunikasjonsmessig innhold og format, som mer prosessorienterte tiltak. Kunnskap er nødvendig, men ikke tilstrekkelig for denne målgruppen. Med andre ord må det utarbeides mer informasjon til målgruppen, men strategien for å spre denne kunnskapen til målgruppen, få dem til å forholde seg til den og akseptere og handle i tråd med den, er det som er virkelig viktig. Man kan se på dette som en brukerreise, hvor alle fasene kan understøttes kommunikativt med forskjellige virkemidler, hvor dialog fortsatt fremstår som et vesentlig element.

Ut fra innsiktsarbeidet virker det som at denne målgruppen er mindre mottakelig for informasjon, om de ikke vet eller anerkjenner det problematiske i at de utøver negativ sosial kontroll. De må først erkjenne det.

Anbefaling 5: Informasjon om handlingsalternativer

Foresatte forteller videre at de trenger et sted å henvende seg hvis de er bekymret. Noen vet at de kan be barnevernet om veiledning, men terskelen for å ta kontakt med barnevernet selv er høy, trolig på grunn av «frykt» for systemet.

Det er samtidig viktig å huske at voksne og foresatte også kan utsettes for negativ sosial kontroll, og at informasjon om særskilte hjelpetjenester og handlingsalternativer i større grad enn i dag bør kommuniseres på en tilpasset måte til denne generasjonen. Dette er et viktig poeng for hvordan tonen i formidlingen er: De foresatte kan både være voldsutøvere og ofre med behov for hjelp og veiledning – og de kan være begge deler samtidig i ulike relasjoner.

Anbefaling 6: Tilpassede kanalvalg

Medieforbruket er mindre fragmentert blant voksenpersoner. Basert på innsikten fra Delrapport 1 og mediekonsumet i målgruppen, foreslår vi følgende kanaler/arenaer som aktuelle. Se listen i boksen under.

Figur 7-3 Liste over aktuelle kanaler for ungdom

- Nettaviser og redaksjonsstyrte medier
- Annonserinnhold / content artikler
- Facebook
- TV
- Foregangsfigurer og ambassadører
- Barna
- Informasjonsmateriell til de som informerer (tjenesteapparatet)
- Skolen/foreldremøter
- Radio
- Søkemotorer

Dersom det både er ønskelig å samle informasjon på Nora-portalen, men holde målgruppene separert (se kap. 7.3), i tillegg til at foresatte opplever at de mangler et sted å henvende seg, kan det være en ide å utvikle en parallell portal for foresatte under Nora-domenet for å holde målgruppefokusets atskilt og dermed gjøre det mulig å tilpasse henvendelsen til målgruppene bedre.

Oppsummert anbefaler vi:

- Å utforme spesifikke kanalstrategier for foresatte (og ungdom og profesjonelle), dvs. å ha tydelige strategier for hvilke kanaler hver enkelt av målgruppene best eksponeres for informasjonstiltakene og motiveres til endret atferd
- Å utvikle mer kunnskap til foresatte og tilrettelegge en kanalstrategi som understøtter at de tar til seg denne kunnskapen
- Å utvide stil og tone i henvendelsen til de foresatte på en måte som avspeiler at de også har bruk for støtte og veiledning
- Å arbeide systematisk med brukermedvirkning, for eksempel i form av paneler, hvor kanalstrategien løpende kan vurderes og justeres
- Å opprette en tilsvarende portal rettet mot foresatte og utvikle en tilsvarende tverrmedial strategi til den

7.3 Mobilisere hjelpemålgrupper*Anbefaling 7: Mobilisere hjelpemålgrupper for å nå ut til sluttbrukerne*

Når sluttbrukerne er vanskelige å nå, når tematikken er sensitiv og det har stor betydning hvem som er avsender, er hjelpemålgrupper veldig viktige. Vi anbefaler derfor å mobilisere slike hjelpemålgrupper ytterligere fremover.

Funnene fra intervjuer tyder på at hjelpemålgrupper, slik som profesjonelle personer og hjelpeapparat, er viktig for både ungdom og foresatte. Det vil si at hjelpeapparatet som målgruppe er en kanal til sluttbrukerne unge og foresatte. Hjelpemålgruppen viderefremidler informasjon til sluttbrukerne.

Å formidle til hjelpemålgrupper, handler om direkte formidling til personer omkring de unge og de foresatte, som kan fungere som en kanal eller ambassadør for informasjonstiltakene overfor sluttgruppene (ungdom og foresatte). Dette kan for eksempel handle om å utarbeide analoge materialer som kan tas med når man er i kontakt med en hjelpemålgruppe, som virker spesielt relevant for foresattegruppen.

Relevante hjelpemålgrupper hvor man kan nå ungdom og deres foresatte, fremkommer i boksen under. Foruten disse kan en mulighet også være å inngå samarbeid med rollemodeller om formidlingen. Gjennom samarbeid med eksempelvis bloggere eller youtubere kan formidlingen nå lengre og mer direkte ut til sluttbrukerne. Det krever imidlertid at innholdet tilrettelegges på en måte som er relevant å dele (earned media).

Figur 7-4 Viktige hjelpemålgrupper

- Skole
- Ungdomsklubber
- Fritidsklubber/fritidsaktiviteter
- Frivillige organisasjoner
- Trossamfunn
- Kulturforeninger
- Ambassader
- Boligososiale innsatser

Oppsummert anbefaler vi:

- Å utforme spesifikke kanalstrategier for hjelpemålgrupper (i tillegg til ungdom og til foresatte), dvs. å ha tydelige strategier for hvilke kanaler hver enkelt av målgruppene best eksponeres for informasjonstiltakene og motiveres til endret atferd
- Å tilpasse innhold til hjelpemålgruppene, så de blir rustet til å kommunisere om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold direkte med de unge og de foresatte
- Å arrangere konferanser/seminarer/workshops og liknende med hjelpemålgruppene, hvor det dels kan deles kunnskap om god formidling til sluttbrukerne, dels kan arbeides med hvordan hjelpemålgruppene konkret kan understøtte formidlingen
- Å synliggjøre tilbud om støtte i saker til hjelpemålgruppene (som Kompetanseteamet mot tvangsekteskap, kjønnslemlestelse og negativ sosial kontroll, Røde Kors-telefonen m.fl.)

7.4 Bevissthet rundt hvilke målgrupper informasjonstiltaket skal nå

Anbefaling 8: Mer konkret formål og målgruppe, samtidig unngå stigmatisering

Hvordan man tar i mot et budskap og hvordan man oppfatter det kan både variere mellom målgrupper og fra person til person. Derfor er en presis målgruppe- og formålsbeskrivelse vesentlig.

Både teori og praksiskunnskap tilsier at jo klarere formålet er, desto bedre. Hvis man vil realisere flere formål overfor flere målgrupper vil det naturlig innebære at budskapene blir mindre fokuserte og dermed kan oppfattes som mer uklare. Hvis det er snakk om allmenne budskap som rammer mange på samme måte (som for eksempel informasjon om trafikkregler), lar det seg lettere gjøre å formidle et budskap til mange. Hvis man derimot formidler budskap som angår spesifikke emner som er vesensforskjellig fra situasjon til situasjon, som for eksempel måter å prate med sine foreldre, er risikoen for å mislykkes med kommunikasjonen stor, dersom alle mottar det samme budskapet på samme måte.

Funnene fra analyser av eksisterende informasjonstiltak kan tyde på at dette kan være tilfellet, og at det kan være behov for å videreutvikle tiltakene slik at de har et mer konkret formål, med en tydeligere definert målgruppe. For å kunne gjøre dette må man blant annet ha en tydelig målsetting med det man ønsker å formidle og kjenne målgruppens behov, kontekst og forutsetninger. Dette blir vanskeligere jo flere formål man prøver å oppnå og jo flere målgrupper man ønsker å nå. At man prøver å nå flere målgrupper med flere formål er ofte resultat av at man ser det som praktisk å nå flere på samme tid, eller at man ikke kjenner målgruppens behov.

I konkrete formidlingsprodukter er det lettere å kommunisere spesifikt, så hvis et tiltak er omfangsrikt – altså at det består av mange ulike formidlingstyper på samme tid, er det risiko for at det også blir forvirrende og ufokusert. Det kan unngås ved å være tydelig på formålet med kommunikasjonen, målgruppene, tverrmedialitet og differensiering. Vår vurdering er at man bør sikre større sammenheng i overordnede tiltak slik som i plattformen Nora.

Samtidig som det er viktig med en presis målgruppedefinisjon for å kunne formidle presist, ser vi at mange av tiltakene som finnes er rettet mot minoritetsspråklige og har erfart gjennom prosjektet at dette kan oppfattes som stigmatiserende og dermed skaper motstand snarere enn ønsket virkning.

På bakgrunn av ungdoms og foresattes meninger om at informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold som rettes mot personer med innvandrerbakgrunn kan være

stigmatiserende, kan det være behov for å utforme informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold som inkluderer personer med ulik bakgrunn.

Oppsummert anbefaler vi:

- Å jobbe med informasjonstiltak med flere kontaktpunkter ut fra differensiering og tverrmedial koordinering
- Å inndra brukernes feedback via eksempelvis brukerpanaler for en løpende tilpasning av den tverrmediale tilretteleggingen
- Å understøtte en løpende formidlingsutvikling med data fra analyser og evalueringer, så nye kommunikasjonstiltak kan ta til seg kunnskap om hva som virker

7.5 Behov for å redefinere begrepsbruk

Funnene fra prosjektet viser at begrepene som benyttes av forvaltning spesielt, som «negativ sosial kontroll» og «æresrelatert vold» er ukjente og ofte fremmedgjørende eller skremmende for målgruppene de er ment å treffe med kommunikasjonen. Denne utfordringen ser vi både i eksisterende informasjonstiltak rettet mot ungdom og foresatte.

Tilgjengelighet og det å forstå innholdet som kommuniseres anses som helt sentralt for virkninger av kommunikasjon.⁷⁹ Det er derfor viktig å benytte ord og språk som mottakeren kan forstå og kjenne seg igjen i. Bruken av ordene «negativ sosial kontroll og æresrelatert vold» er ikke nødvendigvis ord som foreldre og ungdom forstår, eller kjenner seg igjen i, og det er derfor hensiktsmessig å vurdere om disse ordene og begrepene bør endres i kommunikasjonen.

Her finnes en viktig balansegang mellom på den ene siden å unngå å støte noen bort, og på den andre siden å unngå at bli for vag i begrepsbruken. Et eksempel på sistnevnte er IMDIs brosjyre som heter «Råd om reiser til utlandet», som kunne vært mer presis allerede på forsiden om at det handler om reiser hvor man frykter å bli etterlatt i utlandet mot sin vilje.

Anbefaling 9: Mer konkrete og nøytrale eller positive begreper

I tillegg har undersøkelsen vist at ungdommene foretrekker mer nøytrale eller positive formuleringer fremfor negative og skremmende formuleringer. Samtidig er det behov for å i større grad benytte ungdommenes eget språk dersom tiltakene skal treffe ungdommene med sitt budskap. Nora-portalen er et godt eksempel på et informasjonstiltak som både bruker positive begreper og snakker fra ungdommens eget ståsted. Å bruke eksempler som ungdommene kan kjenne seg igjen i fremfor å beskrive et fenomen, gir best virkning. Frivillige organisasjoner gir også eksempler på hvordan de snakker om tematikken uten å benytte begreper som «negativ sosial kontroll», og at dette hjelper for å få til en dialog.

I fokusgruppe med ungdom så vi hvor konkrete de er på det de skriver i søkefeltet når de skal lete opp informasjon. De skriver gjerne spørsmål og setter ord på det de eller en venn opplever og lurer på.

Anbefaling 10: Dele opp begrepene og fenomenene i kommunikasjonen

«Negativ sosial kontroll» og «æresrelatert vold» benyttes også ofte sammen, selv om de kan innebære eksempler på handlinger med svært ulik alvorlighetsgrad. Våre funn og vurderinger tyder på at å bruke slike begreper ofte vil utelukke en del mottakere fra å relatere til det som formidles, fordi man ikke kjenner seg igjen i enten ordbruk eller i bredden av fenomener som disse begrepene rommer. Dette gjelder både ungdom og foresatte.

⁷⁹ Sepstrup, P. (1991). Tilrettelæggelse av informasjon. Kommunikations- og kampanjeplanlægging.

En person som kanskje utøver eller opplever kontroll over klær eller venner, kjenner seg ikke nødvendigvis igjen i kommunikasjon som handler om både den formen for kontroll og andre former for streng kontroll som tvangsekteskap og æresdrap. Av den grunn anbefaler vi å dele opp informasjonen om ulike typer negativ sosial kontroll slik at man i større grad treffer de man vil treffe med informasjonen.

Oppsummert anbefaler vi:

- Å gjennomgå og oppdatere begrepsbruk i informasjonstiltak med henblikk på en mer positiv vinkling
- Å formulere budskaper med henblikk på å unngå opplevd krenkelse
- Å unngå å snakke utenom det vesentlige, av frykt for det sensitive emnet
- Å bruke målgruppens egne betegnelser
- Å inndra brukerne i en løpende tilpasning av begrepene

Figuren under oppsummerer alle anbefalingene, fordelt på målgruppe.

Figur 7-5 Alle anbefalinger, fordelt på målgruppe

UNGDOM



Anbefaling 1: Mer tilpassede kanaler til ungdom

Anbefaling 2: Koordinert bruk av flere plattformer (tverrmedial strategi)

Anbefaling 3: Tilrettelegge for mer interaksjon

FORESATTE



Anbefaling 4: Informasjon som følger foresatte i hele brukerreisen fra kunnskap til handling

Anbefaling 5: Informasjon om handlingsalternativer

Anbefaling 6: Tilpassede kanalvalg



UNGDOM OG FORESATTE

Anbefaling 7: Mobilisere hjelpemålgrupper for å nå ut til sluttbrukerne

Anbefaling 8: Mer konkret formål og målgruppe, samtidig unngå stigmatisering

Anbefaling 9: Mer konkrete og nøytrale eller positive begreper

Anbefaling 10: Dele opp begrepene og fenomenene i kommunikasjonen

8. PLAN FOR DEL 2

I dette kapitlet fremkommer en beskrivelse av hvordan vi organiserer den kreative prosessen for utvikling av informasjonstiltak i Del 2, nærmere om gjennomføring og tidsplan, samt prosjektteam og -organisering. Reklamebyrået Tante Randi har vært med på å gi innspill til planen for del 2.

8.1 Kreativ prosess for utvikling av informasjonstiltak i Del 2

Grunnsteinene i den kreative prosessen som vil foregå i Del 2 følger under.

1. Målgrupper (hva er den menneskelige innsikten?)

Vi trenger videre å definere målgruppen enda bedre, da dette er selve essensen i en nyttig kreativ prosess. Dette ønsker vi å gjøre med personas. Som vi leser det, er det to store målgrupper for informasjonstiltakene: Foreldre og ungdom. Under disse igjen er det flere undergrupper som bør avgrenses. En øvelse kan være å finne hvor de som er mest mottakelige befinner seg i den blå pilen under, og skape personaser ut fra det. Når det er gjort finner vi innsikt som attribueres til disse, for å skape en god målgruppedefinisjon. Det er videre viktig å avdekke deres drivere og barrierer.

Når dette er gjort bør det ha avklart tre faktorer:

1. Hvor målgruppen - foreldre og barn - befinner seg på skalaen under. Dette må forankres, siden det vil styre kommunikasjonen.
2. Hvilken grad av selvinnsikt de besitter - når de kjenner seg igjen i problemstillingen, og når den går over hodet på dem.
3. Hva deres språk, begreper etc. rundt tematikken er, som igjen er det språket vi må bruke for å skape bånd og trygghet.

Autoritær oppdragelse (irettesettelse av atferd og holdninger, lite omsorg, respekt for personer som står høyere i foreldrehierarkiet)

- Får ikke velge venner og klær selv
- Får ikke delta i fritidsaktiviteter eller andre sosiale aktiviteter
- Får ikke ha kontakt med etnisk norske eller det motsatte kjønn
- Lever dobbeltliv hjemme og ute blant folk
- Bli etterlatt i utlandet mot sin vilje
- Tvangsekteskap
- Æresrelatert fysisk eller psykisk voldsutøvelse, fra nedverdigelser til drap

Noen kilder fra denne rapporten som kan brukes for å begrunne målgruppevalg og valg av kreativ prosess er:

- a. Dette er viktig, ettersom kommunikasjonsteori og Rambølls praksiserfaringer viser at en presis målgruppeforståelse kan være en avgjørende forutsetning for å formulere klare budskap, utvelge relevante kanaler for informasjonstiltak og lykkes med å spre kunnskap og endre atferd i siste instans. Dette parameteret kan bidra til å si noe om hvorvidt kommunikasjonstiltaket er personlig rettet mot målgruppen og dermed **relevant og gjenkjennelig**, noe som anses som viktig i kommunikasjon om negativ sosial kontroll.
- b. Bruken av ordene «negativ sosial kontroll og æresrelatert vold» er **ikke nødvendigvis ord som foreldre og ungdom forstår**, eller kjenner seg igjen i, og det er derfor hensiktsmessig å vurdere om disse ordene og begrepene bør endres i kommunikasjonen.
- c. Dette kommer blant annet frem i samtale med minoritetsrådgiverne som forteller at de **ikke ønsker å skremme ungdom** med begrep som «æresrelatert vold», men at de heller forteller at de jobber med at alle skal ha det bra og leve frie liv.

- d. Det som det er flest saker av er at ungdom ikke får være med på fritidsaktiviteter eller at man **ikke kan få ha venner av andre kjønn**.
- e. Det er derfor viktig å skape tillit og være tilgjengelig, og unngå å bruke ord som oppfattes som skremmende eller fremmedgjørende.

2. Virkemidler (hva skal til for at de skal høre på oss?)

Med en god målgruppedefinisjon følger en innsikt i hvordan vi kan senke noen barrierer og nå gjennom til målgruppen - altså hvilke virkemidler vi bør bruke.

- a. Tiltak rettet mot foreldre er ofte mindre omfangsrike, og inneholder færre formidlingstyper. Dette henger sammen med at det generelt er få informasjonstiltak rettet mot målgruppen, samtidig som vi ser at det er få tiltak som er direkte rettet mot å **gi foreldre kunnskap** om foreldrerollen, og det å sette grenser for ungdom. Funnene gir indikasjoner på at det er behov for mer kunnskapsfokusede tiltak mot foreldre i målgruppen, kanskje gjelder dette for minoritetsforeldre spesielt, men kanskje også for foreldre generelt.
- b. Dette kommer blant annet frem i kommunikasjonen – hvor disse tre nettsidene tar **utgangspunkt i ungdommenes behov**.
- c. Ikke overraskende er språket i tiltakene rettet mot ungdom **mer tilgjengelig** enn det er for foreldre.
- d. De foresatte opplever at informasjonstiltakene i for stor grad er basert på enveiskommunikasjon og savner tiltak som legger opp til **samtale og diskusjon**.
- e. Deltakerne i gruppen er alle enige i at de helst vil få informasjon fra andre personer som har erfaring med problemstillingen. De er opptatt av den personlige dimensjonen og setter pris på å se/høre **eksempler fra virkeligheten**.
- f. Det viktigste perspektivet, for de foresatte, er andre foreldre. De er interessert i hvordan andre har håndtert en situasjon som de befinner seg i. Deltakerne forklarer at de **stoler mer på foreldre** som forteller om sine erfaringer enn når det barn som forteller.

3. Kanaler (hvor treffer vi dem best?)

Når vi har definert målgruppen og hvordan best nå gjennom til dem, gir kanalene ofte seg selv. Samtidig blir dette definert av budsjett og ønsker. Vi ønsker derimot å holde dette åpent så lenge det er mulig, siden svar på hvilke kanaler som er mest egnet kan ligge overraskende steder.

- a. Som rapporten viser er tiltakene i liten grad mottakerorientert. Flertallet av tiltakene formidles i avsenders egne eller foretrukne kanaler, og **med mindre fokus på brukerens medievaner** (pull). En konsekvens av dette kan være at målgruppen aldri ser eller får med seg budskapet. Det er for eksempel tankevekkende at Film om mentorordning for utsatte for negativ sosial kontroll laget av Bufdir (publisert 31. mai 2021), per september 2021 kun er spilt av 564 ganger på YouTube, til tross for at Youtube er en kanal mange med minoritetsbakgrunn benytter. YouTube og andre sosiale medier benyttes imidlertid i større grad til underholdning enn som oppslagsverk, så bruken varierer ut fra behov.
- b. Et hovedfunn er at de fleste ungdommene ikke nødvendigvis tyr til internett eller sosiale medier først dersom det skulle oppstå situasjoner hvor de måtte finne informasjon om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold. Ungdommene nevner istedenfor at de søker informasjon gjennom **profesjonelle personer, som minoritetsrådgivere eller venner**. Noen ville også brukt psykolog for å få hjelp med denne typen problemstillinger. Den eldre gruppen nevner også at de har kontaktet ambassader i tilfeller hvor en venn har vært i fare.
- c. Ungdommene reflekterer over at det kan være en barriere å selv ta eller å ta imot en brosjyre åpenlyst, fordi **tematikken kan være tabubelagt**. I tillegg kan det være vanskelig dersom foreldrene eller andre som eventuelt utøver negativ sosial kontroll er i nærheten. Noen sier de ville tatt med seg en brosjyre hvis den lå åpent tilgjengelig, mens andre ikke ville gjort det. Noen trekker frem at det er best om man kan **lese den typen informasjon i fred** uten at

noen ser at man er interessert i det. En lapp som henger inne på toalettavlukket blir trukket frem som et godt grep av den grunn.

4. Formål (hvordan kobler vi tjenesten til målgruppen?)

Det er tjenesten/tiltaket det skal informeres om. Jo mer tjenesten som det informeres om henger sammen med målgrupper, virkemidler og kanaler, jo større suksess. Jo bedre definert målgruppe, jo lettere blir det å koble formålet til tjenesten med målgruppen.

Allikevel er det en del uklårheter som vi må nøste opp i: Vet målgruppen hvem de er? Kjenner de seg igjen i problemstillingen? Er det barna som må erkjenne at de er utsatt for negativ sosial kontroll? Er foreldrene klar over at de utøver negativ sosial kontroll? Er det grobunn for at foreldre og barn i det hele tatt kan løse dette på hjemmebane?

- a. Ut fra gjengs kommunikasjonsteori er det rimelig å anta at jo mer spesifikt et formål er, desto mer sannsynlig er det at tiltakets budskaper og innhold er målrettet og bidrar til en effektiv kommunikasjon.
- b. Foreldre og foresatte er en målgruppe som flere nevner hvor det er få og/eller for lite egnet informasjonstiltak om negativ sosial kontroll og æresrelatert vold.
- c. Kontrollen foreldre utøver kan ofte være et resultat av at man ikke vet hvor man skal sette grensene og at man har behov for mer veiledning. Det er da viktig at man gir informasjon til denne gruppen og anerkjenner hvor vanskelig det er å oppdra barn som er krysskulturelle.
- d. De er opptatt av foreldreperspektivet og hvordan man kan bedre kommunisere med barna sine om vanskelige temaer. De er mindre nysgjerrige på tematikken i seg selv enn det ungdommene er, og mer opptatt av hvordan de kan håndtere situasjonen.
- e. Ungdommene forteller at de gjerne hadde gått til egne foreldre eller andre nære relasjoner aller først, dersom de hadde mistenkt at noen de kjente var utsatt for negativ sosial kontroll og/eller æresrelatert vold.

5. Budskap (hva er den ene tingen vi skal si?)

Foresatte er ikke mottakelig for informasjon dersom de ikke vet at de utøver negativ sosial kontroll eller at de eventuelt blir utsatt for negativ sosial kontroll. De må først erkjenne det.

Ungdom, eller voksne/foresatte, føler seg ikke som en gruppe som er definert som utsatte, selv om de forstår at deres foreldre eller andre rundt dem er strengere enn andre. De må først forstå at de faktisk er utsatte, før de er mottakelige for informasjon.

Hvis vi ikke adresserer dette i kommunikasjonen vil informasjonstiltak kun treffe de rundt, venner, familie, førstelinjen - eller de som vet at de har et problem.

Her kan man snu på det til «Hvordan være en god forelder» til utøvere, og «frihet i eget liv» til utsatte. Dette er menneskelige drivere, som gir målgruppen ufarlige innganger til problemstillingen slik at de kan opparbeide seg selvinnstekt.

8.2 Sentrale aktiviteter

Viktige aktiviteter i Del 2 blir å gjennomføre mer **innsiktsarbeid, medvirkning og produksjon** av utvalgte tiltak. Innsiktsarbeidet gjøres opp mot ungdom og foresatte i målgruppene for informasjonstiltakene. I tillegg vil vi involvere flere fra praksisfeltet. Innsiktsarbeidet gjøres for å kunne spisse innretningen av arbeidet som skal gjøres i Del 2. Vi vil tidlig i Del 2 gjennomføre en workshop med minoritetsrådgivere fra ulike deler av landet. Produksjonen av tiltak vil gjennomføres og testes i ulike iterasjoner.

