

## 5.1 Mobiler, social medier og computerspil

*Af Anne Mette Thorhauge og Carsten Jessen*

To granvoksne mænd med hver sin forhammer står midt på Rådhuspladsen i København og slår løs på det de frygter, vil volde stor skade på de kommende generationer af børn: Computere. Begge mænd er yderst velformulerede og veluddannede lærere på et pædagogseminarium, så mens splinter af glas og plastik flyger gennem luften, forklarer de højt og hørligt, at ny teknologi må bekæmpes med alle midler, før teknologibegejstringen overtager skoler og institutioner, så børns dannelse og deres evne til at tænke som mennesker bliver ødelagt.

Begivenheden fandt sted i 1985, hvor det, der dengang hed ”EDB” (Elektronisk DataBehandling), kom på dagsordenen for første gang i relation til børns udvikling og læring. Hvis vi erstatter computere med mobiltelefoner og tablet kunne begivenheden have fundet sted i dag. Det understreger med al tydelighed, hvordan digitale medier helt fra begyndelsen og frem til i dag har sat sindene i kog og til tider har skabt voldsomme debatter mellem alle med interesse i børns udvikling - fra forældre over professionelle til forskere og politikere.

Diskussionerne er som regel præget af unuancerede sort-hvide standpunkter: for eller imod. Nogle ser en dystopisk fremtid, andre ser nye, revolutionerende muligheder. Det var tilfældet dengang, og det er tilfældet i dag. Alt efter hvordan man ser på det, er det fascinerende eller bedrøveligt, at debatten ikke har flyttet sig mere over de seneste femogtyve år. Men helt konkret har det betydet, at vi fortsat diskuterer teknologien som et fænomen i sig selv i stedet for at se på, hvad børnene gør med teknologien. Det aspekt kommer ikke op mediedebatterne. Mens voksne diskuterer påvirkning og problemer, dvs. hvad medier gør med børnene, tager børn og unge teknologien i brug til deres egne formål og på deres egne betingelser. I dette kapitel vil vi derfor sætte fokus på børns kultur og praksis, og dermed på, hvordan de digitale medier over de seneste årtier er blevet en del af børn og unges leg og sociale fællesskaber.

### **Børnekulturforskningen**

Børnekulturforskningen afdækker nogle sociale sider af børns brug af digitale medier, som kan bidrage til at forklare det, der ofte fremstår som uforståeligt, og som derfor har ført til, at medierne bliver betragtet som forførende, ”kulørte”, nem underholdning og ikke mindst som asocialt og dermed ødelæggende for børns leg. Et børnekulturelt perspektiv opfordrer til, at vi først og fremmest ser på, hvad børn

gør med medierne, når de integrerer dem i deres hverdagsliv med hinanden og i deres legekultur.

På den måde kan børnekulturforskningen hjælpe os med at se, hvordan børns klassiske legemønstre og legefællesskaber udfolder sig på tværs af fysiske og digitale sammenhænge, på godt og på ondt. Børnekulturforskningen har for eksempel lagt vægt på, at "computerkulturen" ikke bør betragtes som en særlig enestående kultur, der skyldes computeren i sig selv, men at der er tale om en naturlig fortsættelse af børns legekultur, blot i andre rammer og med andet indhold. Børn lærer primært at betjene computere eller spille komplicerede spil af hinanden, ikke gennem undervisning eller af voksne. De lærer det gennem indbyrdes leg og ud fra ønsket om at (for)blive en del af børnefællesskabet, på samme måde som børn gennem tiden har lært alle mulige andre lege af hinanden.

### **Børnekultur i et historisk perspektiv**

Et historisk perspektiv kan imidlertid også vise noget andet, som sjældent, om overhovedet, tages i betragtning, når man ser på børns aktuelle liv. Medier er langt fra det eneste, der er nyt og forandret gennem de seneste årtier. Samfundet har forandret sig afgørende, såvel geografisk, socialt, kulturelt og materielt, og det påvirker børns rammer og vilkår for leg og socialt samvær. Børn kan ikke længere lege på gaden i store flokke ret mange steder, og den kulturelle arv fra børnegeneration til børnegeneration, som er forudsætningen for, at børn lærer at lege sammen, er anderledes. I kort skematisk form kan forandringer, der er betydningsfulde for børns legekultur, opregnes således:

Det traditionelle børneliv	Det aktuelle børneliv
<ul style="list-style-type: none"> <li>• børn ofte i flok</li> <li>• få organiserede aktiviteter</li> <li>• god kontakt mellem yngre og ældre børn</li> <li>• yngre børn lærte en mangfoldighed af lege af de ældre børn</li> <li>• leg foregik ofte ude</li> <li>• mange bevægelseslege</li> <li>• legekammerater fandtes i nærheden af bolig</li> <li>• få og veldefinerede sociale relationer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• færre børn i familierne</li> <li>• færre flokke af børn</li> <li>• mindre tid fri for voksne</li> <li>• flere organiserede aktiviteter, mere skole</li> <li>• færre kontakter mellem yngre og ældre børn</li> <li>• børn er sammen med jævnaldrende</li> <li>• børn mere inde, leg flytter ind i boligen</li> <li>• legekammerater fysisk spredt</li> <li>• hverdagen præget af skiftende sociale relationer</li> </ul>

Den vigtigste forandring er, at *flokken* med børn og unge i forskellige aldre, som tidligere prægede barndommen, ikke længere spiller den samme rolle. I vores urbaniserede verden findes disse legefællesskaber med børn i forskellige aldre, næsten ikke længere i den fysiske verden. De er erstattet af organiserede sammenhænge, hvor børn er opdelt efter alder.

Effekten af flokkens forsvinden er, at børn i dagligdagen er sammen med jævnaldrende og voksne, og sjældnere med børn i andre aldersgrupper, herunder med det, vi i dag benævner unge, som tidligere var en del af børneflokkene (Sutton-Smith, 1986, Mouritsen 1996). Flokken har altid været rammen om børns socialisering ind i legekulturen. Når de ældre børn ikke længere er til stede i de yngre børns omgivelser, så forsvinder de (lege-)kulturelle læremestre, og samtidig med dem forsvinder også det meste af inspirationen til leg sammen med en vigtig viden om, hvordan man organiserer sig socialt i leg. Kulturarven, der er vandret fra ældre til yngre børn gennem utallige generationer, bliver dermed svagere.

### Medier er redskaber

Børn søger i stedet inspiration andre steder, og medierne bliver vigtige for børn, fordi de inspirerer til leg, ofte i tæt sammenhæng med legetøj, musik og andre artefakter. Flokken og en del af legekulturen udfolder sig omkring medierne, som når børn spiller computerspil sammen i den fysiske virkelighed eller på nettet, tit på tværs af alder. Det er særlig tydeligt med computerspil allerede i 1980'erne, hvor

spillene var populære i spillehaller, som samlede flokke af børn og unge (fortrinsvis drenge) omkring spillemaskinerne. Disse afløste de tidligere populære analoge og mekaniske flippermaskiner, og ganske som dem krævede de indkast af mønter. Legekulturen udfolder sig i dag stadig omkring computerspil, nu blot online, og det samme sker gennem sociale medier som YouTube og TikTok, hvor helt nye legeformer breder sig. Dans, sang og andre former for optræden, der også før medierne var en vigtig del af den traditionelle børnekultur, blomstrer i disse medier, og er et eksempel på, at børns legekultur lever i nye former, men stadig på basis af kulturel udveksling mellem børnene, ofte uden voksne bemærker det.

Medierne kan derfor ikke siges at fortrænge den traditionelle leg og legekultur. De udfylder ”tomme pladser”, som svækkelsen af den traditionelle kulturarv har efterladt. Medier er med andre ord både inspiration til og redskaber for børns leg og legekultur. De medvirker til at skabe socialt samvær og leg mellem børn i deres legepraksis, som med medierne nok får et andet indhold, men strukturelt ikke dermed ændrer sig. Børn indoptager de nye medier i deres eksisterende legekultur og former brugen aktivt. Det betyder dog ikke, at man skal være ukritiske over for den stærke kommercialisering, der følger med medier og legetøj, som vi senere vender tilbage til. Men det betyder, at kritik bør medtænke børns legekulturelle praksis.

### **‘Hverdagen spiser medierne til morgenmad’**

Når vi taler om de digitale medier er det ofte ud fra en forestilling om, at de har en grænseløs magt over vores hverdag og fremtid. Det står i stærk kontrast til den måde, vi lever vores hverdagsliv på, og som på mange måder ikke ændres af medierne. For én ting er de muligheder nye medier som for eksempel sociale medier og computerspil åbner, et andet er de konkrete rutiner og behov, som hverdagen er bygget op af, og som i sidste ende bestemmer vores handlinger. Når alt kommer til alt, er det jo den samme tur til arbejde, vi tilbagelægger hver eneste dag, de samme børn, der skal hentes børnehave eller skole, og den samme aftenkaffe, der indtages hver aften, i det samme selskab. Ændringen i det mønster sker typisk gradvist, sjældent i store ryk og altid af flere årsager, der indvirker på hinanden.

Børnelivet er på samme måde organiseret i grundlæggende rutiner: Skole, fritid, sport, familie og venskaber. Flere af disse rutiner har ændret sig historisk. Skoledagen er blevet længere, familierne er blevet mindre og fritiden fordelt på en større vifte af tilbud. Lidt flere børn lever i moderne familier fordelt over flere husstande, men de har ikke desto mindre, for størstepartens vedkommende, to

forældre der går på arbejde, en skoledag, der optager en stor del af hverdagen og nogle venskaber, som typisk er opstået i skolen eller børnehaven, og som forlænger sig ind i fritidens leg og adspredelse.

Hvis vi vil forstå, hvordan mobile medier, sociale medier og computerspil indgår i børnelivet, må vi forstå, hvordan medierne folder sig ind i dette mønster. Hvordan bliver medierne en del af den måde, man *praktiserer* fritid, leg og venskaber på? Medierne har ofte en mindre påvirkning, end vi forestiller os. De bruges i det omfang, det giver mening for børns hverdagsliv. De indgår i det, vi her kalder forskellige 'mediepraksisser'.

### **Mediepraksisser**

I medieforskningen skelner man mellem medieorienterede praksisser og medierelaterede praksisser. Medieorienterede praksisser er organiseret omkring en specifik mediebrug, som er definerede for aktiviteten. En tur i biografen er et godt eksempel. Denne aktivitet ville ikke give nogen mening, hvis man tog filmen væk. I medierelaterede spiller mediet en mere perifer rolle, og kan let skiftes ud med andre medier eller værktøjer. Tænk for eksempel på streaming af musik. I enkelte tilfælde kan det ske, at vi sætter os ned med høretelefonerne i ørerne med det ene formål at lytte til musik. Her er aktiviteten orienteret imod selve mediet. Men i langt de fleste tilfælde er musik noget, vi hører i baggrunden, mens vi spiser, rydder op eller arbejder. Her indgår mediebruken som en mindre del af en aktivitet, der har et andet fokus. Og radioen kan hurtigt skiftes ud med Spotify, YouTube eller noget andet, alt efter hvad situationen lægger op til.

På samme måde indgår medier både i medieorienterede praksisser og medierelaterede praksisser i børne- og ungdomslivet. Et eksempel på det første er drengefællesskaber organiseret omkring specifikke computerspil som League of Legends. Her er spillet på mange måder definerende for aktiviteten: Enten er man LoL-spiller eller også er man ikke, og det har en stor betydning for, hvordan man identificerer sig og hvem man hænger sammen med i klassens fællesskab (på samme måde som for eksempel fodbold). Til sammenligning er Minecraft et spil, som er mere tilgængeligt, og som derfor kan spilles af flere: Piger og drenge, store og små. Derfor kan Minecraft indgå i meget 'løse' sammenhænge, hvor spillet vælges til eller fra efter omstændighederne. Det kan for eksempel erstattes med YouTube videoer, fangelege i gården eller dansekongurrence alt efter vejret, hvem der vil lege og hvilke pædagoger, der er på arbejde. Her giver det altså mere mening

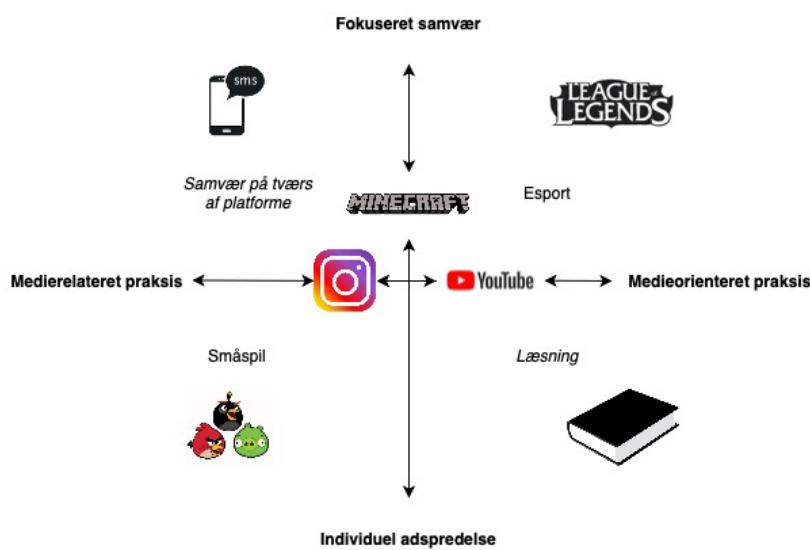
at se på samværet og sammenhængen, mens selve spillet eller mediet kan skiftes ud med alle mulige andre ressourcer.

## Socialt samvær og individuel adspredelse

Medier indgår på forskellig vis i hverdagens praksisser, og de bruges også til forskellige sociale formål. I nogle tilfælde bruger vi medierne til at opsøge fællesskaber med andre, i andre tilfælde bruger vi medier til at trække os tilbage og søge et individuelt frirum. Igen kan de samme medier sagtens tjene begge formål. Nøjagtig ligesom tv kan være led i en fælles familieaktivitet lørdag aften, eller en form for individuelt tidsfordriv, mens mor og far laver mad. I nogle tilfælde kan Snapchat for eksempel bruges til at holde sig ajour med skoleklassens løbende samtale, i andre tilfælde findes Snapchat frem for at fordrive tiden med 'endless scroll' mens man venter på bussen. Som voksne kan vi have svært ved at få øje på det sociale samvær, fordi vi kun ser barnet og skærmen. For mange børn, der er vokset op med internet, er det dog ikke meningsfuldt at skelne mellem det fællesskab, man har med sine klassekammerater og de fællesskaber, man har på tværs af snapchat, instagram, TikTok osv. Der er meget ofte tale om nøjagtig de samme børn, som man blot fortsætter samtalen med, efter skoledagen er slut.

## Oversigtsmodel

Nedenfor har vi skitseret en oversigtsmodel over medieorienterede og medierelaterede praksisser i kombination med praksisser møntet på socialt samvær overfor individuel adspredelse.



I de kommende afsnit vil vi beskrive børn og unges digitale mediekultur gennem tiden med udgangspunkt i ideen om medieorienterede og medierelaterede praksisser. Det vil vi gøre, fordi praksisbegrebet giver os mulighed for at se brugsmønstrene på tværs af de titler og platforme, der har afløst hinanden gennem tiden. Først vil vi se på, hvordan børns legefællesskaber og medieorienterede praksisser har samlet sig om specifikke medier og platforme. Derefter vil vi se på børns legefællesskaber som medierelaterede fællesskaber, hvor løst koblet samvær og tidsfordriv har vandret på tværs af tilgængelige platforme.

### **En medieorienteret praksis med fokus på socialt samvær: Holdspil i Counterstrike**

Et godt eksempel på medieorienterede praksisser med fokus på socialt samvær er de holdbaserede computerspil som for eksempel Counterstrike: Global offensive. Dette computerspil kan på mange måder sammenlignes med klassiske flok-lege som for eksempel 'røvere og soldater'. I Counterstrike: Global offensive tager det ene hold rollen som terrorister, og det andet hold tager rollen som antiterrorister, hvorefter de bekæmper hinanden i et virtuelt landskab. Det kræver en del øvelse at blive god til det, for tempoet er højt og konkurrencen er hård. Derfor involverer det typisk ganske stor tidsinvestering sammenlignet med de små mobilspil. Der kan gå mange timer med at øve sig og mestre forskellige dele af spillet, så man kan klare sig godt, når holdene mødes. Tidsinvesteringen og det sociale element betyder, at spillet typisk har en større betydning for den enkeltes identitet og sociale tilhørsforhold. Det vil sige, man vil møde flere børn og unge, der betegner sig selv om 'counterstrike-spillere', og som opsøger andre med samme interesse, på nøjagtig samme måde som det er tilfældet med fodbold. Identiteten og det sociale samvær er i højere grad organiseret omkring den specifikke computerspiltitel.

Tidsinvesteringen og den stærke sociale identitet betyder også, at de pågældende børn og unge er mindre tilbøjelige til at skifte mellem computerspil-titler og medier. Disse forhold gør, at mange 'gaming-fællesskaber' kan beskrives som medieorienterede praksisser. Det er dog ikke ensbetydende med, at der er et én-til-én forhold mellem spiltitel og praksis. For eksempel kan Counterstrike: Global offensive også spilles mere tilfældigt. Til en børnefødselsdag for eksempel, hvor en flok klassekammerater samles om fødselarens computerspil, selvom de ikke almindeligvis spiller det. På den måde er det i højere grad computerspillets funktion i den sociale sammenhæng end det er selve computerspiltitlen, der afgør, hvilken praksis det bliver en del af.

**Sociale online-spil:**

1. Fortnite (2017)
2. Minecraft (2011)
3. League of Legends (2009)
4. FIFA Online (2007)
5. World of Warcraft (2005)
6. The Sims Online (2002)
7. Counter Strike (1999)
8. EverQuest 1999
9. Doom (1993)
10. Super Mario World (1990)

**Børn tager medier i brug**

Computerspil som Counterstrike er som tidligere nævnt klare eksempler på, hvordan flokken, som er typisk for børns legekultur, lever videre i den digitale tidsalder. Man kan med god ret hævde, at børn tager de medier i brug, der passer til legekulturens aktuelle betingelser, og børns mediepraksis bliver til i et aktivt samspil mellem medierne og legekulturen. Historierne om computerspil og mobiltelefonen er eksempler herpå.

I 1980erne var computere simple med en grov grafik. Spil præsenterede sig som lysende prikker i bevægelse på en skærm kombineret med elektroniske bip-lyde, hvilket gav anledning til at kalde dem ”bip-spil”. Det skulle ikke kun forstås bogstaveligt, men også antyde, at de var tåbelige, indholdsløse og fordummende. For udenforstående (voksne) var det svært at forstå, hvorfor noget levende, intelligent menneske kunne tage det alvorligt og bruge tid på det.

De første udgaver af digitale medier, som nåede ud i danske hjem i 1980ernes begyndelse, synes at bekræfte det. Der var naturligvis tale om spil, som bredte sig, før computere blev taget i anvendelse til andre formål. Pong var et simpelt tennisspil, der skulle sluttes til TV. To spillere kunne joystick styre hver sin streg op og ned som en slags bat, mens en prik bevægede sig frem og tilbage. En hurtig overstået begivenhed. Det forandrer sig med de første hjemmecomputere, som kunne køre flere forskellige programmer og spil, ligesom den var udstyret med et tastatur. Især Commodore 64 var en populær computer, som dog lå milevidt fra de betjeningsvenlige computere og tablets, vi kender i dag. Maskinen krævede stor



teknisk viden hos brugerne. Programmer, herunder spil, var lagret på kassettebånd og skulle downloades til computerens hukommelse, før de kunne køre på en skærm med grov opløsning og kun én farve. Spillene var uhyre enkle.

Det var naturligt at spørge: Hvad får børn og unge (fortrinsvis drenge dengang) til at bruge tid på noget sådant? Nogle af dem var fascineret af teknologien i sig selv, af at kunne programmere, eller af blot at få et program til at virke. Derfor var det i begyndelsen såkaldte ”computernørder”, som tidligere ville have brugt tiden på amatørradio eller knallerter. Historien om computerspil tog først for alvor fart med deciderede spillemaskiner med mere komplekse spil og en mere enkel procedure for at skifte spil. Udvikling betød, at selve teknologien og programmering trådte i baggrunden. Med PCen, den personlige computer, der dukkede op i midten af 1980erne, fik flere og flere familier en computer i hjemmet, så flere børn fik adgang. Spillene blev mere komplicerede, men også dyrere, som regel til priser langt over almindelige børns lomme penge. Men PCen havde én afgørende fordel: Spil blev distribueret på mobile datalagre, ”disketter”, som kunne kopieres og deles med andre. Og det blev de i så stor stil, at man kunne tale om en sort økonomi med ulovlige såkaldte ”piratkopier”, der cirkulerede i tusindtal mellem spillere. Børn byttede spil med hinanden og med voksne i en bytteøkonomi, som alle spillere var afhængige af at være en del af.

### **Computerspil, bytteøkonomi og vidensdeling**

Fra begyndelsen var det første udbredte digitale medie, computerspil, integreret i et socialt samspil, som var tydeligt med det materielle, disketterne med piratkopier, men som rakte langt videre i form af en omfattende vidensdeling mellem spillerne. Samspillet er blevet kaldt en særlig ”computerkultur”, hvor spillerne udvekslede både materielle og immaterielle goder i form af henholdsvis disketter og viden i form af tips og trick, både angående teknik, såsom hvordan man kopierede disketter, og hvordan man kom igennem et spil. Yngre børn lærte af ældre børn, nybegyndere fik råd og vejledning fra erfarne. Viden flød mellem spillere i alle aldre, både mundtligt og i konkrete form. Der var almindeligt, at børn producerede og fotokopierede vejledninger med koder til spil og tegninger over spilforløb.

Det sociale samspil kan vi som tidligere nævnt følge fra de første computerspil dukkede op i begyndelsen af 1980erne i spillehaller, hvor de erstattede spilleautomater og flippermaskiner. I hallerne samlede flokke af børn (drenge) sig efter skoletid for bl.a. at spille Pacman, og også her foregik vidensdeling. Spillerne lærte ikke blot ved selv at spille, men ved at observere andre, mens de spillede. En

lignende flok kunne man iagttage omkring de første PC'er på skole og biblioteker op gennem 1990'erne, hvor computere stadig ikke var at finde i alle hjem. I den periode dukker også nye teknologier op, som børn og unge hurtigt tager i brug. Dels bliver det muligt at koble flere computere sammen i netværk og dels bliver internettet tilgængeligt for alle. Her kom den første spæde start på det, vi i dag kender som LAN-parties og onlinespil. Det er værd at bemærke, at både netværk eller internettet i begyndelsen krævede stor teknisk viden og erfaring, på samme måde som de første computere. Når spillerne havde fået transporteret de tunge computere og skærme og bragt dem sammen, kunne det tage mange timer at få LAN-netværket til at fungere, så der kunne spilles eksempelvis det populære skydespil Doom, der var forgængeren til Counterstrike. Internettet var kun tilgængeligt via modems over den faste telefonlinje og ekstremt langsomt. Men belønningen - det sociale samvær - var helt åbenbart al besværet værd.

Onlinespil begyndte for alvor at blive tilgængelig omkring årtusindskiftet, hvor et af de første populære spil var rollespillet EverQuest, der strukturelt minder om senere onlinespil som World of Warcraft og League of Legend. Spillerne fik her en helt ny mulighed at møde hinanden virtuelt via tekstbaseret chat. Spillet var et af de første eksempler på, at legekulturen og det sociale fællesskab kunne fungere online, både når det gælder leg, socialt samvær og udveksling af viden. EverQuest tilhørte som de fleste analoge rollespil fantasy-genren, og handlingen foregik i et middelalderligt univers tilsat en god del overnaturlige elementer og væsner. Den enkelte spiller havde til opgave at styre og udvikle sin avatar og få den til at stige opad i niveau fra novice til ekspert. Kamp mod forskellige typer af monstre stod centralt i spillet, og de enkelte avatarer havde forskellige evner til at kæmpe, helbrede, udvikle våben, bruge trolddomskraft osv. Som følge heraf fungerede avatarer bedst i samarbejde med andre, som kunne supplere med andre egenskaber og færdigheder. Spillere, der ikke indgik i samarbejdet, havde ikke store chancer for at klare sig i spillet, men den enkelte spiller havde også af andre grunde vanskeligt ved at klare sig uden at have kontakt med andre. Dels skulle spilleren købe, sælge og bytte varer, og dels var EverQuest et kompliceret univers, der krævede mere indlæring end de fleste andre typer computerspil. Som nybegynder var spilleren afhængig af den støtte og vejledning, han eller hun kunne få fra andre, mere kompetente og ofte ældre spillere.

Spillets vigtigste element var det sociale, ganske som det er tilfældet med onlinespil i dag. Nogle forskere hævder, at det sociale og ikke mindst vidensudvekslingen i disse spil er en overset, men vigtig side af digitale kompetencer til fremtiden, fordi

børn og unge her lærer at samarbejde virtuelt om en opgave på kryds og tværs af alder, baggrund og kultur.

### **Medierelaterede praksisser: Samtale og tidsfordriv på tværs af platforme**

I sammenligning med de holdbaserede computerspil kan skoleklassens kommunikation på tværs af skole, Messenger, snapchat og andre medier beskrives som en medierelateret praksis med fokus på samvær. Det er karakteristisk for denne praksis, at den har sin kerne i skoleklassens fællesskab, på godt og på ondt. Tætte relationer, grupper, venskaber og fjendskaber udspiller sig på tværs af online og offline sammenhænge alt efter tidspunktet på dagen og hvor de andre er tilgængelige. Som sagt tager brugen af sociale medier typisk afsæt i børns og unges eksisterende fællesskaber, for eksempel ved at forlænge skoleklassens sociale fællesskab ind i fritiden. Men sociale medier kan også indgå i en mere individuel praksis med fokus på individuel adspredelse. Man kan for eksempel både bruge Instagram til at holde sig orienteret om de nærmeste venners og veninders opslag og kommentere dem, men man kan også bruge Instagram som en form for tidsfordriv, hvor man ser på opslag fra alle mulige andre, man ikke nødvendigvis kender eller interagerer socialt med. Her er der i mindre grad tale om at deltage i en løbende samtale, og i højere grad tale om at følge med i celebriteters gøren og laden, som man for eksempel tidligere ville have gjort det i magasiner og sladderblade. Overgangen mellem det fokuserede samvær og den individuelle adspredelse er ofte flydende, fordi der kan være tale om de samme platforme, for eksempel Instagram og YouTube, der begge kan bruges på tværs af de to praksisser. Faktisk kan man sige, at de to typer af praksisser fletter sig ind i hinanden og forudsætter hinanden.

Når der er tale om en medierelateret og ikke en medieorienteret praksis er det fordi, medierne er en del af praksissen, men praksissen er ikke organiseret omkring bestemte medier. Faktisk tager meget af den medierede kommunikation direkte afsæt i de fællesskaber og samtaler, der er forankret i det fysiske klasseværelse, og som fortsætter over på forskellige platforme, når skoledagen slutter. Det betyder også, at det enkelte medie eller den enkelte platform relativt sømløst kan erstattes med et andet medie eller en anden platform, hvis situationen af en eller anden grund byder det. For eksempel hvis en klassekammerat mister sin telefon med alle telefonnumre, og kommunikationen flytter over på medier eller platforme, der kan tilgås fra andres telefoner eller fra forældrenes computer. Denne tætte forankring mellem børns og unges offline og online fællesskaber har udviklet sig gradvist fra 1990'ernes eksotiske møder over konsolideringen af online børnefællesskaber op gennem 00'erne til dagens visuelle sociale medier, hvor lokale fællesskaber, samvær

og lege fletter sig ind i en global visuel børnekultur. Hvor de tidlige online fællesskaber bar præg af, at det var en begrænset og privilegeret del af befolkningen, der havde adgang til internettet, opstod de bredere hverdagsfællesskaber i forbindelse med, at internettet blev hvermandseje. Dette markerede samtidig en udvikling fra online fællesskaber som eksotiske alternativer til hverdagens fællesskaber og til en langt mere pragmatisk forståelse af de medierede fællesskaber som en 1:1 spejling af de ikke-medierede.

### **Online platforme for socialt samvær**

Nedenstående er en liste over platforme hvor danske børn og unge har hængt ud gennem tiden. Som man kan se er slut-90'erne og 00'erne domineret af danske aktører, dels i form af individuelle udviklere med gode ideer og dels i form af DR-initiativer. Med Facebooks ankomst ændres dette billede, platformene udvikler store internationale forretningseventyr, og de danske aktører der består, er dem der formår selv at ekspandere til et større, internationalt publikum. Med Musically og TikTok gør Kina sit indtog på feltet.

1. Netstationen, 1997, Soup games
2. Arto, 1998, Morten Borg og Freeway
3. SKUM, 2001, DR
4. Nation X, 2003, Martin Bay Pedersen
5. Hundeparken, 2003, DR
6. Habbo hotel, 2004 (Finland: 2000), Sulake
7. Gosupermodel, 2006, WatAgame
8. Facebook, 2007 (USA 2004) Facebook
9. Moviestar planet, 2010, Moviestar planet
10. Momio, 2013, Momio
11. Instagram, 2010, Systrom & Krieger
12. Snapchat, 2011, Spiegel, Murphy & Brown
13. Musically, 2014, Zhu & Yang
14. TikTok, 2017, Bytedance

### **Træfpunkt 0052, chathoteller, tekstbaserede MUDs og 90'ernes eksotiske møder**

En del læsere vil måske kunne huske det legendariske træfpunkt 0052, der stadig eksisterer den dag i dag, og som allerede fra midten af 1980'erne gjorde det muligt

at ringe op og kommunikere med dem, der var på linjen. Telefontjenesten gjorde det muligt at kommunikere anonymt med unge fra hele landet, og det attraktive i tjenesten var netop denne ansigtsløshed. Det gav både mulighed for at dele følelser og tanker, man måske ikke havde mulighed for eller mod til at dele i hverdagens fællesskaber, og det gav mulighed for at flirte, lege og drille på nye vilkår. Der var jo tale om en analog tjeneste, men det var samme ånd, der gjorde sig gældende, da world wide web gjorde internettet tilgængeligt for almindelige borgere i begyndelsen af 1990'erne.

I www's tidlige periode var det langt fra majoriteten af børn og unge, der havde adgang til deres egen computer eller havde mulighed for at bruge den til at opsøge nye venskaber online. Det var stadig et medie for de få. Ikke desto mindre opstod der allerede i denne periode online træfpunkter som for eksempel Chathotellet, hvor man kunne oprette en avatar og chatte med andre. Hvis man var til rollespil, var det også i denne periode, at de tekst-baserede MUDS eller multi-user-dungeons gjorde det muligt spille og skrive med hinanden i fiktive universer, som man navigerede med tekst-kommandoer. Der var som sagt stadig tale om medier for de få, og navnlig de tekstbaserede MUDs var domineret af amerikansk college-ungdom. I det omfang danske børn og unge havde adgang til disse services, var det altså på de unge voksnes præmisser. Ikke desto mindre er denne periode væsentlig, fordi der på dette tidspunkt opstod en række idealer om og forventninger til online baserede fællesskaber, som går igen i nutidige debatter om børn og unges onlineliv, selvom vilkårene på mange måder er skiftet. Disse idealer og forventninger knytter sig til forestillingen om, at online fællesskaber var et anonymt og eksotisk sted, hvor man mødtes med fremmede og gav sig ud for at være en anden for at afprøve sider af sig selv, man ikke havde mulighed for at udtrykke i hverdagens analoge fællesskaber. Datidens online træfpunkter blev ligefrem beskrevet som 'psykosociale moratorier', en slags laboratorie, hvor teenagere og unge voksne kunne eksperimentere med deres identitet. Som vi vil vende tilbage til, er dette ideal omkring anonymitet på mange måder skiftet, selvom forestillingen om de eksotiske online fællesskaber hænger ved.

### **Arto, Habbo hotel, Gosupermodel og konsolidering af online børnefællesskaber**

Mens de online træfpunkter i www's tidlige periode var domineret af unge voksne, begyndte der ved slutningen af 90'erne og begyndelsen af 00'erne at opstå online services rettet specifikt mod børn. I dansk kontekst blev Arto et af de første store sociale børnemedier, men også mange webbaserede spil som for eksempel

Gosupermodel og Habbo Hotel fungerede i praksis som sociale medier, hvor man kunne chatte, camme og feste med sine venner og veninder. Noget særligt ved disse platforme var, at de var designet til børn, og dermed dannede grobund for en dansktalende børnekultur på børnenes egne præmisser. På grund af deres betydeligt større udbredelse blev de i stigende grad platforme for hverdagens fællesskaber, det vil sige, et sted hvor man kunne hænge ud med sine klassekammerater efter skole. Man kan ligefrem sige, at disse platforme dannede en ny kontekst for de uregulerede børneflokkede, der hidtil havde eksisteret uden for hjemmet, men som i kraft af den stigende urbanisering og institutionalisering af børnelivet havde trange kår. En kontekst uden konstant voksen-opsyn og voksen-regulerede aktiviteter.

Sidstnævnte førte også til nogle af de første skandaler og mediedebatter omkring børnenes online fællesskaber, og ikke mindst Arto blev kendt i offentligheden som et sted, hvor børnene mobbede hinanden og deres lærere. Men det er nu ikke til at sige, om de digitale platforme i praksis fik mobningen til at 'eksplodere', som nogle hævdede, eller om de blot synliggjorde nogle af mere 'mørke' former for leg og kommunikation, som hidtil var gået under de voksnes radar. Her som andre steder opstod der det, man kunne kalde et 'kontekst-kollaps', hvor grænserne mellem arbejdsliv og privatliv, skoleliv og fritidsliv, og altså også grænsen mellem det voksen-regulerede institutionaliserede børneliv og det uregulerede børnefællesskab blev mere utydelig. På den måde kan man sige, at de digitale platforme og online fællesskaber i denne periode blev afmystificeret og almengjort på godt og på ondt. Hverdagens relationer, venskaber, fjendskaber, mobberier og sociale skel flyttede ind på internettet.

### **Smartphones, globale platforme og integrationen af online og offline**

Denne udvikling blev endeligt forseglet med fremkomsten af smartphones og de globale digitale platforme. Apples første iPhone blev lanceret i 2007 og fik hurtigt derefter konkurrence fra diverse android-baserede alternativer, og samme år kom Facebook til Danmark. Med smartphones blev det muligt at tilgå internet-baserede tjenester fra sin telefon, uanset hvor man befandt sig, og med de store globale platforme blev online-interaktionen i stigende grad centreret omkring nogle få globale aktører.

Hvad det første forhold angår, betød det, at børnefællesskabernes online dimension nu var potentielt til stede og tilgængelig døgnet rundt via telefonen. Mens deltagelse hidtil forudsatte, at man befandt sig foran en computer, kunne man nu

deltage fra en hvilken som helst position: I tysktimen, i sommerhuset eller under dynen kl. 2 om natten. Smartphonen forstærkede hermed den førnævnte opløsning af skellet mellem det private og det offentlige, og mellem familiens, skolens og børnefællesskabets rum, og det kan både beskrives som en frisættelse og en forbandelse. Det var en frisættelse, fordi det gav børn og unge en mulighed for at unddrage sig voksenblikket og søge ind i et mere ureguleret børnefællesskab i en tid, hvor skoledagene blev længere og børnelivet mere institutionaliseret og voksenreguleret. Men det var også en forbandelse, fordi de mørkere sider af dette uregulerede børnefællesskab, som for eksempel mobningen og den sociale udelukkelse, kunne gøre sig gældende på alle tider af døgnet. Endelig stillede det i højere grad krav til den enkelte i forhold til at trække en personlig grænse mellem skolens, familiens og børnefællesskabets rum. Hvor det hidtil var givet i kraft af, hvor man befandt sig, blev det nu et aktivt til- eller fravalg, og det er det stadig den dag i dag.

Foruden smartphoenens fremkomst så man fra slutningen af 00'erne og frem en markant centralisering af online trafik på nogle få globale platforme. Facebook var den første platform til at opnå status som 'almest kommunikationsmedie' i dansk kontekst, men børnefællesskabet migrerede hurtigt til Messenger og videre til snapchat, efterhånden som også voksen-generationen gjorde sit indtog på Facebook. Det fællesskab, der udspillede sig på disse platforme, var næppe meget anderledes end det, der hidtil havde udspillet sig på Arto, Gosupermodel, Habbo hotel og i andre online sammenhænge. Forskellen bestod snarere i platformenes udbredelse som betød, at hele klassen og venskabskredsen med stor sandsynlighed var at finde der, og at man den anden vej rundt var udelukket fra væsentlige aspekter af disse fællesskaber, hvis man ikke havde en profil på de pågældende platforme. På den måde blev online-fællesskabet for alvor en 1:1 spejling af hverdagens fællesskab, på godt og på ondt.

I forlængelse af smartphoenens udbredelse og digitale platformes status som 'almene kommunikationsmedier' er børnenes online fællesskaber altså ophørt med at eksistere som et separat sted. Den digitale kommunikation lægger sig i direkte forlængelse af og eksisterer som en konstant 'tillægsdimension' til hverdagens fysiske fællesskaber. Det betyder også, at 1990'ernes forestilling om online-fællesskabet som et fjernt og eksotisk 'psykosocialt moratorium' erstattes med en forventning om et 1:1 forhold mellem den du er online og offline. Det er selvfølgelig ikke ensbetydende med, at der i praksis er et 1:1 forhold mellem online og offline, da fleste kan nok nikke genkendende til, at vores online profiler udgør et lidt pænere og mere succesfuldt billede af, hvem vi er. Men man kan sige, at platforme er blevet

en ressource i børns (og voksnes) aktive opretholdelse af en pæn facade og forhandlingen af det gode liv i krydsfeltet mellem lokale fællesskaber og en global visuel kultur.

### **Youtube, Instagram, snapchat og TikTok: Lokale fællesskaber i en global visuel kultur**

Digitaliseringen af børnefællesskabet har også medført en markant visualisering af børn og unges kommunikation. Mens 90'ernes og 00'ernes online fællesskaber i vid udstrækning baserede sig på tekstbaseret kommunikation, i bedste fald i en animeret kontekst, har udbredelsen af digitale kameraer og smartphones gjort foto og video til almene kommunikationsformer i hverdagen. I et børnekulturelt perspektiv har YouTube etableret sig som et markant alternativ til klassiske børnefilm og børne-tv, mens visuelle sociale medier som for eksempel instagram, snapchat og senest TikTok har gjort foto og video til en integreret del af hverdagens kommunikation.

YouTube blev etableret i 2005 og kort efter opkøbt af Google. Platformen gjorde videodeling enkelt og alment tilgængeligt ved at tillade brugere at uploade videoer, som siden kunne streames (dvs. afvikles direkte i browseren) af andre brugere. Hovedparten af YouTubes oprindelige indhold bestod sådan set af porno, men i takt med at bredden i det tilgængelige indhold blev større, bl.a. fordi klassisk børne-tv og børnefilm også blev gjort tilgængeligt her, blev det en helt central underholdningsplatform, hvor generationer af børn og unge har set alt fra Gurli Gris og Masja og Bjørnen, til Pewdiepie, parkourvideoer og instruktioner i, hvordan man lægger den bedste makeup. Muligheden for at producere og uploade egne videoer har bidraget til forestillingen om YouTube som et medie, hvor alle kommunikerer med alle: Et medie for børn, med børn og af børn. Det er en sandhed med modifikationer. I forlængelse af YouTubes annoncebaserede forretningsmodel og dens indlejring i platformens anbefalinger og søgealgoritmer samles hovedparten af trafikken fortsat om nogle få 'stjerner' mens flertallet tager rollen som tilskuere. Man kan sige, at de oprindelige massemediers sociale orden, hvor de få kommunikerede til de mange, er blevet erstattet af en ny social orden, hvor lidt flere kommunikerer til de mange. Ikke desto mindre har YouTube været med til at åbne nye veje ind i denne orden og dannet grundlag for niche-offentligheder, hvor børn med særlige hobbyer eller interesser har fundet ligesindede, og YouTube er for mange børn og unge det sted, man går ind og søger, hvis man skal finde ny viden eller løse et problem i hverdagen.



Men hvor YouTube fortsat kan karakteriseres ved få-til-mange kommunikation, har platforme som Instagram, Snapchat og senest TikTok for alvor demokratiseret den visuelle kommunikation. Her har små fotos og videoer fra hverdagen erstattet tekstbeskeden som den centrale kommunikationsmodus, der forbinder børn og unge i hverdagen. Et hurtigt billede fra morgenmaden, en lille video fra dagens fodboldkamp eller en selfie fra en tur i biffen. Kommunikationen varierer fra platform til platform, fra Instagrams glittede reklamekatalog over Snapchats dobbelthager og morgenhår, til TikToks små danse, der igen forplanter sig ud i frikvarterets leg og aktiviteter. På den måde er børn og unge anno 2020 lige så fortrolige med at kommunikere i billede og video som i tekst, hvis ikke mere. Samtidig udspiller denne visuelle hverdagskommunikation sig inden for rammerne af en global visuel kultur, der på den ene side opstiller nogle centrale normer for den lokalt forankrede kommunikation og på den anden side netop omsættes til lokal leg og erfaring. Førnævnte TikTok eksempel viser meget tydeligt, hvordan globale megatrends i form af for eksempel danse eller memes tilegnes og tilpasses i en lokal kontekst og omsættes til leg.

### **Rigtig og forkert leg?**

Digitale medier har siden deres spæde begyndelse i 1980'erne udviklet sig med en hast, der ikke har sit sidestykke i andre medier, og de nye revolutionerende teknologier, der er dukket om med meget korte intervaller, påvirker konstant hverdagslivet for både voksne og børn. De samfundsmæssige og kulturelle forandringer har de seneste årtier været store, og det er naturligt, at det, der er nyt og anderledes, kommer i fokus og skaber debat. Som vi indledningsvist påpegede, har diskussionerne om børn og digitale medier været præget af unuancerede standpunkter, som næsten ikke har flyttet sig frem til i dag. Nye digitale medier modtages stadig med begejstring og ikke mindst med bekymring. Spørgsmålet om, hvad medierne gør ved børn, er vigtigt og nødvendigt, men som vi har forsøgt at vise, kan det spørgsmål ikke besvares nuanceret, uden samtidig at spørge til, hvad børn gør med medierne. Det spørgsmål kan igen ikke besvares fyldestgørende uden en forståelse for børns leg og legekultur, som er en væsentlig ramme omkring den hverdagspraksis, børn lever i.

Set fra børnekulturforskningens perspektiv kan medier ikke uden videre forandre børns hverdagsliv. Medierne assimileres ind i stærke børnekulturelle traditioner for sociale fællesskaber og leg, som kan observeres på tværs af historiske perioder. Når vi beskriver traditionerne som stærke, er det fordi de kan iagttages i legen og det sociale samvær i computerspil og på sociale medier. Den digitale leg og det digitale samvær er naturligvis anderledes fra deres analoge forgængere og den måde, børn

legede på i tidligere historiske perioder, men der er også væsentlige lighedspunkter. Leg uden brug af digitale medier eksisterer stadig, særligt når børn får plads, tid og rum til den, men denne leg er ikke længere enerådende.

En vedvarende bekymring blandt forældre og professionelle er, om de digitale medier skader børns sociale leg. Det gælder både computerspil, mobiltelefoner og sociale medier. En typisk antagelse i 1980'erne og 1990'erne var, at børn ikke længere ville bevæge sig ud for at lege sammen, når de nu kunne spille computerspil derhjemme i stedet. En lignende argumentation kan man høre i relation til sociale medier. Forskningen viser noget ganske andet, og det kan være værd at reflektere over, hvorfor en sådan antagelse om, at børn hellere vil lege alene end sammen med andre, får fodfæste. For børn er trækplasteret i de digitale medier den sociale leg. En oplagt grund kan være, at leg med og i digitale medier ikke for en umiddelbar betragtning ligner den leg, som voksne selv legede som børn, og som vi voksne ofte mener er "rigtig leg". Leg, der involverer digitale medier, bliver som følge deraf "forkert" eller "kunstig" leg. Tilsvarende bliver sociale fællesskaber baseret på medierne heller ikke betragtet som "rigtige fællesskaber". I det perspektiv bliver medierne nemt til selve årsagen til, at børns hverdagspraksis har forandret sig.

De digitale mediers indtog i børns leg og fællesskaber er på mange måder en frisættelse og en udvidelse af børnenes sociale og kreative rum. Digitale platforme har gjort det muligt for børn og unge at etablere et online børnefællesskab i ly for voksen-regulering og voksen-opsyn, og for at dele erfaringer med og lade sig inspirere af andre børn og unge inden for det der lige interesserer den: Gaming, makeup, dans, parkour, liverollespil eller hvad det nu måtte være. Samtidig har udbredelsen af visuelle kommunikationsformer reduceret barriererne for deltagelse, fordi det ikke længere forudsætter et højt niveau af skriftlighed. Men alt dette kommer naturligvis med en pris, som i dette tilfælde er en markant instrumentalisering og kommercialisering af legen.

### **Kommercialiseringen af legen og legefællesskaberne**

Der er sådan set ikke noget nyt i, at legen kommercialiseres. Som vi skrev i afsnittet om legefællesskabernes skiftende vilkår gennem historien, så kan de kommercielle legeredskabers fremkomst tolkes som en konsekvens af 'børneflokkens' tilbagegang under urbaniseringen, og den kan aflæses i legetøjsindustriens boom op gennem anden halvdel af det 20- århundrede. Barbiedukker, superhelte, og tværmedielle fiktionsuniverser er alle eksempler på, hvordan børns leg og fantasi gennem mange årtier har været genstand for

kommercielle interesser. Det nye er, at denne kommercialisering ikke længere blot vedrører de artefakter og fiktionsuniverser, som legen udfolder sig omkring, men at den i høj grad også indlejres i selve legens kommunikation og samvær på digitale platforme.

Et oplagt eksempel er den måde den kommercielle tænkning i sociale netværk og interaktioner sætter rammen for børns samvær og indbyrdes relationer online. Instagrams likes, views og følgere er på den ene side et centralt aspekt af platformens forretningsmodel, der handler om at formidle brugernes opmærksomhed til de annoncører, der vil betale, men bliver samtidig et lokalt mål for popularitet, relevans og anerkendelse i børnefællesskabet. Kampen om anerkendelse og popularitet i børnefællesskabet eksisterede naturligvis før Instagram (og kunne sagtens være grim), men artikuleres nu i stigende grad i termer, der egentlig hidrører fra platformenes forretningsmodeller og tilhørende målinger. På den måde indlejres de gradvis i vores sprog for socialt samvær og relationer og er på den måde med til på et helt grundlæggende niveau at påvirke den måde, vi tænker om sociale interaktioner og positioner på, herunder børnenes. Med mindre, naturligvis, at ansvarlige voksne netop understøtter en kritisk refleksion over platformenes forretningsmodeller, og hvordan de rammesætter vores fællesskaber.

Et andet eksempel er styringen af indhold og opmærksomhed på de store platforme. Som vi skrev i et af de tidligere afsnit, kan man tolke det digitale børnefællesskab som et lokalt legefællesskab i en global visuel kultur, men relationen mellem det lokale og det globale er på ingen måde symmetrisk eller neutral. YouTube's forretningsmodel baserer sig nøjagtig ligesom Instagrams på at formidle brugernes opmærksomhed til de annoncører, der vil betale, hvilket igen rammesætter de enkelte youtuberes kommercielle strategier. Et godt eksempel er, hvordan youtubere betales gennem 'monetized views', det vil sige visninger med annoncer. På den måde afhænger synlighedsindsigten af indhold på YouTube gennem anbefalinger og søgeresultater indlysende nok af, hvor de bedste annoncekroner befinder sig.

Youtubere vil have en kommerciel interesse i at producere indhold med stor netværkseffekt, for eksempel meget kontroversielt indhold, som man så det hos Pewdiepie eller Rasmus Paludan. TikTok kan siges at tage skridtet videre ved at praktisere en endnu strammere indholdsstyring, som tilmed er underlagt specifikke statslige interesser, der i praksis gør det svært for børnene at finde frem til hinanden i mængderne af 'kurateret indhold'.

På den måde udfolder det digitale børnefællesskab sig på ingen måde i en neutral eller værdifri zone, og det er værd at overveje, hvordan man kan sikre tilstrækkelig kritisk refleksion og relevante public service-alternativer, som kan sikre et frit og ligeværdigt børnefællesskab online. Der er med andre ord brug for, at forældre, professionelle og politikere holder et vågent øje med de digitale medier, der er rettet mod og bruges af børn, ganske som det er tilfældet med alle andre medier.

### **Dansk producerede spil til børn**

Nedenstående er en liste over de mest toneangivende danskproducerede spil til børn. Som man kan se er 1990'erne domineret af leg og lær titler (Pixeline og Magnus og Myggen) med Bellini-serien som et markant mere lege-orienteret alternativ. I 00'erne kommer DR på banen med sit Oline univers, og det samme gør Gosupermodel og Moviestar planet. Bemærk at de to sidstnævnte både optræder her og på listen over platforme. Det skyldes at de lanceres som spil men i praksis bruges som platforme for socialt samvær. 2010'erne bærer præg af at DFIs spilstøtteordning åbner et mulighedsrum for 'indie' (dvs uafhængig) spiludvikling rettet mod børn. Det dog fortsat de spil, der formår at slå igennem til et internationalt publikum, der lykkes kommercielt. Det hidtil mest succesfulde dansk producerede spil, Subway Surfer, henvender sig i praksis ikke til danske børn og unge, men til et internationalt publikum af 'casual gamers'.

1. Pixeline serien (15+ titler) 1994, Studie 1-2
2. Magnus og myggen-serien (15+ titler), 1996, Ivanoff Interactive
3. Bellini-serien: Spøgelse med forkølelse, 1997, Skeletter med kasketter, 1998, Bellinis bekini, 1999, Savannah games
4. Oline-universet, 2004, DR (fra 2009 omdøbt til Ramasjang-universet)
5. Gosupermodel, 2006, WatAgame
6. Moviestar Planet, 2010, Moviestar Planet
7. Max & The Magic Marker 2010, Max: The Curse of Brotherhood, 2013, Press play
8. Kogama, 2012, Multiverse
9. Subway Surfer, 2012, Killoo & Sybo Games
10. Trailmakers, 2017, Flashbulb studios
11. Fuzzy House, 2016 & Wonder Woolies, 2020, Fuzzy House
12. Figment, 2017, Bedtime games

#### *Børnekultur i Danmark 1945 - 2020*

Teksten kan frit citeres med tydelig angivelse af forfatter, bogens titel og udgivelsesåret 2021.