

Stine Liv Johansen

# Børn på YouTube – nydelse og nørderi

*En måde at forstå verden omkring sig*

Mange børn og unge bruger dagligt adskillige timer på videodelingsplatformen YouTube. Her kan de dyrke deres individuelle interesser, deres ”guilty pleasures” og følge med i youtuberes dagligliv. For mange børn og unge er muligheden for selv at producere indhold ligeledes en relevant del af attraktionen ved YouTube. På baggrund af en igangværende, kvalitativ undersøgelse præsenteres i denne artikel en række relevante perspektiver ved børn og unges brug af YouTube. Et væsentligt aspekt er, at voksne sjældent involverer sig i børn og unges brug af YouTube. Men hvis man ønsker at spille en aktiv rolle i forhold til børn og unges (digitale) dannelsesprocesser kan det godt betale sig at holde øje med, hvad de laver på YouTube – og forsøge at forstå, hvad de får ud af det.

YouTube er i løbet af ganske få år blevet mange børns foretrukne medie, når det handler om at se videoklip, tv-indhold og ikke mindst følge de mange videobloggere – youtubere – der dagligt deler tanker og fortællinger fra deres liv, tips og tricks til alt fra make-up til Minecraft og ikke mindst pranks og skøre indfald. 70 procent af danske børn i 7-12 års alderen er på YouTube hver dag (DR, 2016).<sup>1</sup> De bruger YouTube til at understøtte mange forskellige interesser og behov. Et aktuelt interviewstudie med danske børn i 5-14 års alderen peger på, at børns præferencer i forhold til indhold på YouTube er mere forskelligartede end man umiddelbart skulle tro.

Samtidig viser studiet, at brugen af YouTube for børn både er en konsumerende praksis, men også en praksis, hvor de selv er aktive i at producere indhold, planlægge produktionen af indhold eller øve sig i at blive bedre til at producere indhold.

I denne artikel vil jeg beskrive en del af børn og unges mediebrug, som ofte forekom-

mer utilgængeligt og måske også lidt uforståeligt for mange voksne. Artiklen er baseret på omfattende research på særligt danske YouTube-kanaler i perioden 2016-2017 og ikke mindst på interviews med foreløbig seks børn samt samtaler med deres forældre og med medarbejdere ved bureauet Splay Danmark,<sup>2</sup> som er managers for en stor del af de mest populære, danske youtubere.

## Barndommens medialisering

At YouTube har fået så stor betydning i børn og unges medierpertoire kan ses som et led i en omfattende *medialisering* af barndommen og af børns legende hverdagspraksisser.<sup>3</sup> Forskningsmæssigt er det et område, som er stort set uudforsket, med undtagelse af et par publikationer.<sup>4</sup>

Som nævnt kan børns brug af YouTube forekomme uforståeligt og måske også bekymrende for voksne, hvad enten de er forældre eller lærere eller andre, der omgås børn og unge. Deres medieforbrug er flyttet fra den store tv-skærm, hvor det måske var lettere at følge med i, hvad de så, og til de små, personlige skærme

**Stine Liv Johansen**, Lektor, ph.d., Center for Børns Litteratur og Medier, Aarhus Universitet.

### Årets bedste på YouTube:

Alexander Husum  
<https://www.youtube.com/user/Husumgaming>

### Årets beauty & style:

Astrid Olsen  
<https://www.youtube.com/user/Ploxicat>

### Årets gamer:

MadsenGaming (Mads Gottlieb)  
[https://www.youtube.com/channel/UC9eHAK3JhqPIYz8yE8UE\\_PQ/](https://www.youtube.com/channel/UC9eHAK3JhqPIYz8yE8UE_PQ/)

### Årets virale hit:

"Fie Laursen Diss Track" - Johnni Gade  
<https://www.youtube.com/watch?v=2z1PX9aJFDE&feature=youtu.be&t=5s>

En indblik i det danske YouTube: några av vinderne af det danske youtuberpriset "Guldtuben 2017" i olika kategorier.

på computere, tablets og mobiltelefoner. Og det indhold, de er optaget af, kan umiddelbart synes mærkværdigt, overfladisk, måske endda grænseoverskridende eller slet og ret dumt for en voksen beskuer. Men for børnene og de unge selv er det meningsfuldt og en vigtig brik i den måde, de forstår verden omkring sig og den måde, de skaber netværk. Indholdet på YouTube repræsenterer altså specifikke visuelle og tekstuelle udtryk, som børn og unge finder relevante.

I det følgende vil jeg gennemgå en række perspektiver, som har været fremtrædende i de interviews, jeg har udført. Det er perspektiver, som hver især vil kunne underkastes yderligere analyse, men som lige nu peger ind i aktuelle diskussioner og ikke mindst tegner et billede af de oplevelser, præferencer og praksisser, børn og unge har med YouTube som omdrejningspunkt.

Perspektiverne handler for det første om YouTubes struktur og dermed de affordances,<sup>5</sup> YouTube tilbyder børn og unge i deres hverdagsliv. Dernæst handler det om indholdet på YouTube, der både kan anvendes til praktiske formål, men som også kan være grænseoverskridende. Et tredje perspektiv omhandler børnenes aktive og producerende brug af YouTube og et fjerde, afrundende perspektiv handler om, hvordan børn og voksne diskuterer – eller ikke diskuterer – børnenes brug af YouTube.

Afslutningsvis vil jeg pege på, hvordan disse perspektiver kan være inspiration til et mere aktivt engagement fra voksne – dvs. for-

ældre, pædagoger og lærere – i børn og unges medieliv. Det handler på den ene side om at få indblik i de medie- og tekststrukturer, børn er optaget af, og ikke mindst om de praksisser, der knytter sig hertil og det handler på den anden side om at kunne fungere som relevante sparringspartnere for børn og unge i forhold til de (digitale) dannelsesprocesser, der finder sted i relation til et medie som YouTube.

## Let at navigere i - let at nærde rundt på

Det første perspektiv, jeg vil behandle, handler om at YouTube er et medie, som børnene *føler sig trygge ved* at navigere i, og derfor *let kan anvende til forskellige formål*.

Det er på YouTube, man kan finde musikvideoer og det er på YouTube, at man altid kan finde nye videoer, man ikke har set før. De gode af dem kan man til gengæld se igen og igen, så mange gange, man har lyst. På YouTube kan man finde videoer med meditationsmusik, som man let kan tilgå i en pause i løbet af en skoledag, hvis man har brug for at finde fokus inden næste time.

Og det er også på YouTube, at man kan dyrke en ganske særlig interesse, hvad enten det er drag-makeup eller indretning af pigeværelser.<sup>6</sup> YouTube er således børnenes foretrukne søgemaskine. Det er her, de leder efter viden, information eller underholdning, der skal udfylde pauserne i deres dagligdag.

De børn, jeg har talt med, har vanskeligt ved at fortælle mig, hvordan de finder ind-

hold. Det er sjældnere noget, de fremsøger bevidst; som oftest lader de sig inspirere af de forslag til relateret indhold, som de præsenteres for. Særligt de ældste af de interviewede børn følger mange forskellige kanaler og youtubere – flere end de tror, hvilket de udtrykker overraskelse over, da jeg i interviewet beder dem vise mig deres lister over abonnementer.

## Det vilde og det frække

YouTubes struktur synes at appellere til børnene og de unge, ikke mindst fordi det bl.a. tilgås via mobiltelefonen, og dermed er et medie, de selv oplever at kunne kontrollere. De behøver ikke at se kedelige ting i tv, men kan til gengæld dyrke indholdstyper, som deres forældre ikke bryder sig om. En pige på 12 år fortæller om, at hun holder af at se shows med drag queens, for eksempel *RuPauls Drag Race*.

Hun elsker, når de medvirkende opfører sig uregerligt over for hinanden – også selv om hun er fuldt ud bevidst om, at en sådan opførsel ikke vil være hverken passende eller ønskelig i hendes egen hverdag. Til gengæld bliver hun irriteret, når hendes forældre påpeger dette; hun ved det jo godt, og vil bare have lov at dyrke sin guilty pleasure i fred. YouTube er således et sted, hvor det grænseoverskridende, skøre og karnevaleske kan udspille sig i et moderne børneliv.

De børn, jeg har talt med, er umiddelbart godt klar over, at meget af det indhold, de møder på YouTube, ikke lever op til almindelige normer for god opførsel og passende sprogbrug.

Det gælder specifikke youtubere, der udviser forskellige former for grænseoverskridende opførsel og det gælder specifikke genrer, for eksempel *disstracks* eller *roasts*<sup>7</sup> eller generelt drama mellem youtubere, hvor de indbyrdes kommenterer på hinandens videoer og opførsel.

De elementer ved YouTube, som ofte debatteres i medierne og som kan være kilde til bekymring og måske endda fordømmelse fra voksne, er altså ikke noget, der bekymrer de børn og unge, jeg har talt med. Det er på den anden side heller ikke noget, de engagerer sig særlig meget i. Den yngste af mine interviewpersoner, en pige på 8 år, må slet ikke se den slags indhold for sine forældre, hvilket hun accepterer.

## Konsument og producent

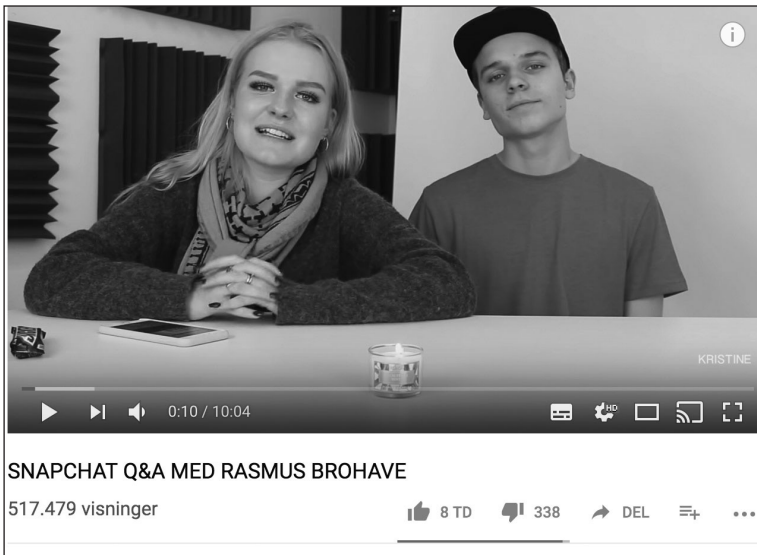
Alle børnene, jeg har talt med, forholder sig – i forskellig grad – til *selv at producere indhold til YouTube*.

Én pige havde en kanal, da hun var yngre. Nu har hun slettet alt indholdet derpå. Hun synes ikke, at det passer til hende længere. To søstre, som jeg interviewede sammen, har adskillige kanaler, hvor de lægger forskelligt indhold ud på – noget om heste, noget om deres ferie, noget om andre emner, der optager dem. Noget af det producerer de selv, andet deler de fra andre platforme, for eksempel Flipagram, som er små videoer med sjovt eller skørt indhold.

Én pige drømmer om at lave en kanal en dag, men hun synes ikke, at hun er dygtig nok til at redigere videoer endnu, og hun vil ikke gå online, før hun synes at hendes indhold er værd at se på for andre. Og én særlig case

Naja Münster, 8 år, har 166 000 følgere på YouTube. Hendes videoer handler om, hvad man kan lege med sine veninder og sine søskende og giver et indblik i livet hos en tilsyneladende helt almindelig pige i en lille, dansk by.





Kristine Sloth (tv.) og Rasmus Brohave (th.) er blandt de mest populære, dansktalende youtubere. De har 210 000 og 236 000 abonnenter. De allermost populære, danske youtubere har over 2 mio. abonnenter – de taler engelsk og henvender sig dermed til et internationalt publikum.

blandt de interviewede børn, en 8-årig pige, er blandt de mest kendte youtubere i Danmark. Siden hun var ganske lille, har hun medvirket i sin storebrors videoer på YouTube, og i dag har hun 166 000 følgere på sin egen kanal. Hun repræsenterer således et ekstremt eksempel, men er samtidig en forholdsvis almindelig 8-årig, som selv holder af at se YouTube, og som agerer online i relation til de rammer og regler, hendes forældre sætter op for hende.

Ovenstående eksempler viser altså, at YouTube på linje med andre sociale medieplatforme både er relevant som ramme for konsumtion af indhold og – i hvert fald potentielt – for produktion af eget indhold.

### Forbudt for voksne?

En sidste, væsentlig pointe, som jeg kan udlede af de foreløbige interviews, jeg har foretaget og som bekræftes af en række avisartikler med mere om emnet, er at *børn og forældre kun sjældent taler om børnenes brug af YouTube* og at mange forældre har svært ved at forstå, og måske endda acceptere, deres børns brug af YouTube.

Dette kommer både til udtryk i børnenes egne beretninger og ikke mindst i selve interviewsituationen, hvor det forekommer

uvant for dem, at en voksen er genuint interesseret i at lytte til deres perspektiver på YouTube.

Flere af børnene udtrykker glæde ved dette og spørger uopfordret, om jeg vil komme igen og om de ikke skal sende mig links, billeder og screenshots af deres daglige aktiviteter med YouTube.

Det er ikke en uvæsentlig observation, idet den peger på, at der – set fra børnenes synsvinkel – opleves manglende interesse og måske endda en negativ attitude overfor børnenes interesser og den måde, de dyrker disse online.

Ved flere af besøgene i børnenes familier gav deres forældre direkte udtryk for, at de ikke forstod og heller ikke var særligt begejstrede for deres børns brug af YouTube. Det er således i høj grad en interesse, børnene har for sig selv. Undtagelsen her er den 8-årige youtuber, jeg besøgte, som lever i en familie, hvor det at producere og publicere video er en aktivitet, hele familien er engageret i.

Det betyder både, at hendes interesser understøttes, og det betyder, at hun er den blandt de interviewede børn, der har de tydeligste rammer for sin brug; hendes forældre kender platformen langt mere indgående end de fleste og er derfor i stand til at sætte disse rammer på et informeret grundlag.

## Afrunding

I det foregående har jeg præsenteret en række eksempler på, hvad det er der gør YouTube til så mange børn og unges foretrukne medieplatform. De præsenterede eksempler skal undersøges nærmere i den kommende tid, blandt andet gennem flere interviews og yderligere analyser. De interviews, jeg indtil videre har gennemført, er alle sammen med piger, hvilket må antages at have indflydelse på de emner og typer af indhold, de omtaler. Eksempelvis mangles kvalitativ viden om brugen af YouTube i forbindelse med gaming, herunder de måder computerspillende børn og unge bruger YouTube som en del af deres gaming-praksis. Kommende undersøgelser vil se nærmere på dette.

Ikke desto mindre peger de præsenterede eksempler på, at brugen af YouTube omfatter en lang række forskellige indholdstyper og at YouTube dermed opfylder forskellige behov for forskellige børn og unge. Som platform er den let tilgængelig for de interviewede børn

og unge, og den kan dermed anvendes i en række forskellige sammenhænge i deres hverdagsliv, både til tidsfordriv og til at udfylde huller, men også til mere fokuseret brug og understøttelse af interesser.

Ligeledes peger eksemplerne på, at voksne – lærere, pædagoger og forældre – med fordel kan engagere sig langt mere i børn og unges brug af YouTube.

Det handler ikke blot om at kigge sine børn over skulderen eller sørge for, at de ikke ser upassende ting. Det handler i langt højere grad om at bruge deres store interesse for indhold på YouTube som en indgang til relevant dialog om deres hverdagsliv, deres hobbies og deres drømme.

YouTube er for børn og unge både en platform for indholdskonsumtion, men det er også en platform, som mange børn og unge har lyst til at udtrykke sig på – for at dele ud af deres tanker og forestillinger om deres liv. Og det burde være af interesse for alle, der har med børn og unge at gøre.

## Noter

1. Tilsvarende tal findes i rapporter fra Medietilsynet i Norge (<https://www.medietilsynet.no/barn-og-medier/barn-og-medier-undersokelsen/>) og Statens Medieråd i Sverige [https://statensmedierad.se/publikationer/ungarochmedier/ungarmedier2017.2344.html?query=\\*](https://statensmedierad.se/publikationer/ungarochmedier/ungarmedier2017.2344.html?query=*)
2. Splay Networks har afdelinger i Danmark, Sverige, Norge, Finland og Tyskland.
3. Johansen (2016).
4. Burgess og Green (2008), Lange (2014), Willett (2009) og senest Burroughs (2017), der specifikt fokuserer på de kommercielle strukturer, der ligger til grund for YouTube som platform.
5. Norman (2013).
6. Eksemplerne i teksten er alle taget fra interviews udført i september-oktober 2017.
7. Et *disstrack* er en sang, der omtaler en anden person nedladende og sarkastisk. Et *roast* er en kærligt ment ”grillning” af en anden person.

## Referencer

- Burgess, Jean & Joshua Green (2008). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. New York: Polity Press.
- Burroughs, Benjamin (2017). YouTube Kids: The App Economy and Mobile Parenting. *Social Media + Society*, April-June 2017: 1–8.
- Corsaro, William A. (2014). *The Sociology of Childhood*. London: Sage.
- DR (Danish Broadcasting Cooperation), Audience Research Department (2017). Media Development 2016. [Online.] Available at <<http://www.dr.dk/om-dr/about-dr/media-development-2010-2016>>. [Accessed 25 October 2017.]
- Johansen, Stine L. (2016). Legens medialisering. I Hjarvard, Stig (red.) *Medialisering: Mediernes rolle i social og kulturel forandring*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Lange, Patricia G. (2014). *Kids on YouTube*. Walnut Creek, US: Left Coast Press.
- Norman, Don A. (2013). *Design of Everyday Things: Revised and Expanded*. New York: Basic Books. London: MIT Press (UK edition).
- Willett, Rebekah (2009). Young People’s Video Productions as New Sites of Learning, pp. 13–26 in Carrington, Victoria & Robinson, Muriel (eds.) *Digital Literacies: Social Learning and Classroom Practices*. London: Sage.