



Tæt på børn og unge.

Samtaler med de 7-18 årige om deres liv med film, serier og SoMe.

Kvalitativ analyse gennemført for Det Danske Filminstitut
Januar 2023

Foto af cottonbro studio

Indhold

Sammenfatning	s. 3
Undersøgelsens formål	s. 4
Læsevejledning	s. 5
Liv og hverdag	s. 6
Film, serier, platforme og social kontekst	s. 29
Generer, karakterer og temaer	s. 52
Dansk film	s. 73
Film som udtryksform og dannelse	s. 92
Spil og gaming	s. 118
Om undersøgelsens metode	s. 131

Sammenfatning af rapportens hovedkonklusioner.

Mellem grin og eftertænkning

Hvor de yngste i gruppen lever i en her-og-nu stemning, der både er præget af jagten på det gode grin og tanker om forandringer i livet, er de ældre i gruppen mere optagede af andre, store tanker i livet, der primært omhandler den store personlige udvikling, der finder sted fra 10-års alderen og op. Fælles for store og små er, at de lever et liv, der kan skifte fra en evig jagt på sjov og underholdning til en hensættelse i eftertanke (de mindste) og bekymring (de ældste) i løbet af en kort sekund, hvilket også afspejles i deres indholdspræferencer.

Reaktionsfolket er på sekvensjagt

Film, serier og socialt medieindhold spiller en stor rolle i børnenes hverdag, men underholdning skal passe ind i hverdagen, og derfor spiller tid en afgørende rolle for børnenes forståelse og prioritering af format og platform. På tværs af gruppen søges der reaktioner og sekvenser, og her opleves serier som det bedste format. Hvor de 7-9 årige søger sjove og hurtige grimasser, fordyber de 10-14 årige sig i binge-adfærden, hvor serier sikrer lang underholdning med mange handlinger. Hos de 15-18 årige er der stor lyst til et bombardement af slutninger, som de korte formater bedst leverer.

Film er et format, der udvikles forhold til med alderen

Film placeres for de fleste som en weekendaktivitet, der er tæt forbundet med familietid i hjemmet. Film synes derudover at være et format, som børn og unge udvikler og danner et forhold til i takt med alderen, hvor serier er det format indenfor levende billeder, som de yngste børn først introduceres til.

Massivt karakterfokus gør den store historiebue sekundær

De 7-18 årige ser mange film, videoer og serier, men på tværs af de 7-18 årige er der større interesse for karakterer end for historiebuer. Alder og udseende er ikke

afgørende for, om en karakter kan føles relaterbar, og der er mere fokus på følelser og reaktioner. Temaer må gerne have kant, selv hos de yngste, der begynder at have interesse for spænding og gerne lidt uhygge, og fælles for alle tre grupper er, at der søges grænser og nye universer i de fortællinger, de engagerer sig i.

Fra film 'på dansk' til 'særligt dansk'

For de yngste i gruppen er dansk film primært film på dansk, men denne forståelse udvikler sig over årene til en finere forståelse for og anerkendelse af de ting, dansk film er særligt gode til. Her nævnes det, at når dansk film lykkes, skyldes det ofte en særpræget dansk humor og spændende karakterer. På tværs af gruppen forbindes dansk film dog først og fremmest med familietid og hygge, hvor dansk film fungerer godt som et samlingspunkt for hygge derhjemme.

Fra skærm til identitet

Billedbårne fortællinger spiller en stor rolle i den måde, de 7-18 årige oplever verden på. De indhenter mange indtryk gennem film, serier og videoer, og på samme måde bruges disse formater til at udtrykke sig på. Billedbårne fortællinger bruges som et legende redskab, hvorigennem de 7-18 årige udfordres, positioneres i verden og samtidig finder egen smag og identitet.

Der søges høj grad af involvering

Spil og gaming er på lige fod med film, serier og videoer en helt central del af de 7-18 åriges underholdningsordforråd. Fælles for gruppen gælder en oplevelse af, at spil giver en højere grad af involvering end film. Dette gør spil til en attraktiv aktivitet, hvor adspredelsen tydeligt kan mærkes. I spil er man tættere på indholdet, tættere på historien, og man har muligheden for selv at påvirke begivenhedernes gang.



Undersøgelsens formål.

Undersøgelsen 'Tæt på børn og unge' er gennemført for Det Danske Filminstitut med det formål at understøtte og styrke arbejdet med børn og unge indenfor film- og mediebranchen, Filminstituttet og hos filmformidlende aktører f.eks. i undervisningsregi. Målet har været at skabe dybe og nye indsigter om børn og unge – primært som publikum til fiktionsfilm og fiktionsserier, og sekundært som brugere af socialt medieindhold og spil.

Indsigterne kan anvendes som inspiration og fælles vidensgrundlag for alle, der kreativt udvikler eller arbejder med fortællende indhold til børn og unge.

Foto af cottonbro studio

Læsevejledning.

Denne rapport er baseret på en kvalitativ analyse, hvor 122 børn og unge i alderen 7 til 18 år fra hele Danmark har delt deres tanker om, hvad indhold, skærme og medier betyder i deres hverdag, i samtaler der spænder fra underholdning til dannelse til tanker om venner, familier, fremtid og verden. Rapporten rummer en kvalitativ introduktion til deres hverdag, samt hvordan denne afspejler sig i deres brug og opfattelse af fem medie- og indholdsområder: 1) Film, serier, platforme og social kontekst 2) Genrer, karakterer og temaer 3) Dansk film 4) Film som udtryksform og dannelse og 5) Spil og gaming.

For hver af disse fem hovedområder er rapporten inddelt, så man kan nærstudere de mindste, de mellemste og de ældste i tre aldersgrupper: 7-9 årige, 10-14 årige og 15-18 årige. Rapporten kan således fungere som et lille opslagsværk, men kan naturligvis også læses som en sammenhængende rapport, der giver et fyldestgørende 2023-billede af børns og unges forhold til de ting, vi som film- og indholdsprofessionelle dagligt beskæftiger os med.

Liv og hverdag.

Mød de 7-18 årige.

Mød de 7-18 årige.

Mange forældre genkender sikkert, at børnenes rejse fra 0. klasse til stemmeberettiget kan føles som et kort øjeblik, selv om de 7-18 årige er verdener fra hinanden. Alligevel kan man måske godt forstå forældrene, når man læser denne rapport, hvor vi både har kigget på forskelle og ligheder i den måde, de 7-18 årige lever deres liv og dyrker deres interesser på. På tværs af gruppen ses der nemlig fællestræk, der kendetegner den måde gruppen går til deres liv og hverdag på. Bekymringer og store tanker om livet er en del af livet, og på tværs af af de 7-18 årige bruges der meget tid på refleksioner om de helt små ting såvel som de helt store ting. På tværs af alder er andres blik meget afgørende, om end det handler om voksenanerkendelse, venner eller likes. Hverdagen er presset på tid uanset om man er 7 eller 18 år, og imens den frie fritid er begrænset, opleves underholdning som en slags standardindstilling i livet.

I det følgende introduceres en række centrale træk ved børn og unge inddelt i tre aldersintervaller: 7-9 år, 10-14 år og 15-18 år, hvor forskelle og nuancer optegnes. I slutningen af afsnittet opsummeres forskelle og overgange på et oversigtskort.

MØD DE 7-9 ÅRIGE.

**Det gode grin er centrum,
mens øget bevidsthed
skaber nye refleksioner.**

I de 7-9 åriges hverdag råder spontaniteten, og gruppen er konstant på jagt efter grin, sjov og inspiration. En hverdag præget af ritualer og vaner medfører en stigende opmærksomhed på forandringer, som nemt bliver til bekymringer, der fylder og deles. Alt imens er der udpræget bevidsthed om at positionere sig som et 'stort' barn.

”Jeg
tænker på
krig og på
'Roblox'”

Leo, 9 år

Spontaniteten råder, men bekymringer fylder og deles.

De 7-9 årige er meget forankrede i nu'et, og orienterer sig i mindre grad mod fremtiden, end hvad vi ser i de ældre grupper. Fremtiden er ofte blot et par dage fremme, og en lidt længere fremtid knyttes normalt til store, personlige oplevelser som f.eks. en nærtstående ferie eller ankomsten af en hundehvalp.

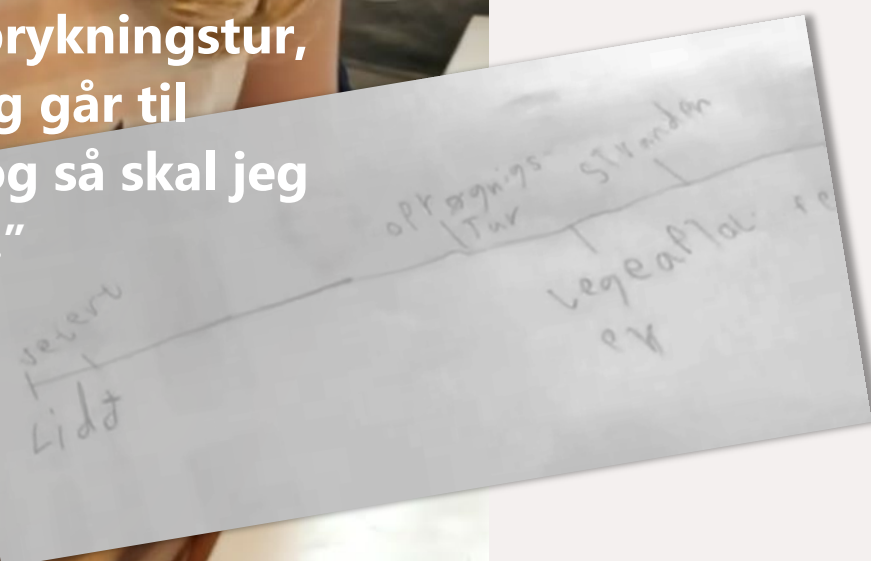
Den stærke forankring i nu'et gør, at mange af de 7-9 årige i undersøgelsen fremstår spontane, glade, nysgerrige og legesyge. Men møderne med børnene viser også, at en stor grad af bekymringer allerede har fundet vej til de 7-9 åriges liv og hverdag. Her ses det, at de fleste i aldersgruppen har en stor bevidsthed omkring deres omverden, og der deles åbent ud af de store bekymringer, som ofte relaterer sig til spørgsmål om liv og (særligt) død. Dette ses i børnenes store fokus på bl.a. bedsteforældre og kæledyrs ve og vel samt krige og konflikter i verden. Ofte smelter de helt store og hverdagens mindre bekymringer sammen, og det kan være svært for de yngste for alvor at vurdere hierarkiet for bekymringer, som citatet til venstre peger på.

Sammenligner man de 7-9 årige med undersøgelsens ældre grupper, inddrager de yngste i højere grad deres omverden direkte i deres bekymringer, hvor de ældre er en smule mere optagede af egne og interne bekymringer i eget liv.

MØD DE 7- 9 ÅRIGE

”Jeg tænker på noget, der hedder oprykningstur, fordi at jeg går til spejder, og så skal jeg rykkes op.”

Laura, 8 år



Vanemennesker med stort fokus på hverdagens små forandringer.

Når de 7-9 årige i de kvalitative interviews fortæller om en normal uge i deres liv, handler fortællingen meget om skemaer, faste ritualer, fritidsinteresser og planlægning. Skolen skal selvfølgelig passes, men det samme skal de mange fritidsaktiviteter, der dyrkes. Tal fra Mandag Morgen og Lego Fonden fra 2021 viser, at omkring 78,5 % af elever i 0. – 3. klasse går til organiserede fritidsaktiviteter efter skole med faste aktiviteter i weekenderne*, og denne tendens understøttes af de kvalitative interviews i denne undersøgelse.

De 7-9 årige har meget at se til, og både hverdag og weekend indrettes efter faste planer og aftaler om skærmtid, der kontrolleres af forældre, legeaftaler og familietid. De 7-9 årige er vanemennesker, der kender deres program og aktivitetsplaner, hvilket kan forklare at små skift i hverdagen optager meget plads i bevidstheden. Alle forandringer bemærkes og fremhæves, når de 7-9 årige fortæller, hvad der fylder i deres tanker, uanset om det handler om en ny engelsklærer eller at blive oprykket i spejderklubben.

*"Det gode børneliv – ifølge børnene", Mandag Morgen & LEGO fonden 2021

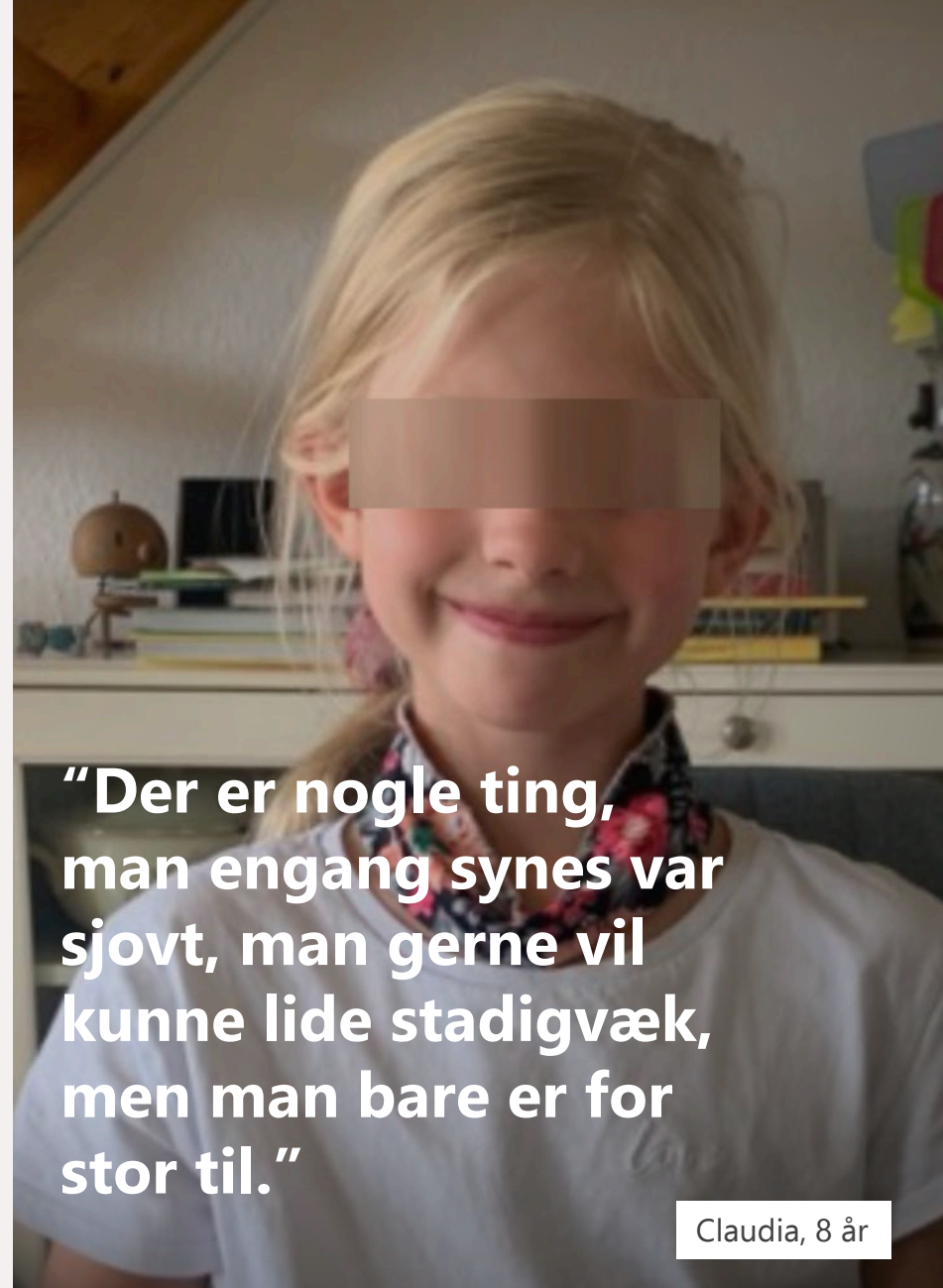
Udpræget bevidsthed om at positionere sig som "stor".

De 7-9 årige hjerner er i fuld udvikling. Hjerneforskning viser bl.a., at børnenes hjerner i denne alder modner empati, selvbeherskelse, abstrakt tænkning, fokus og evnen til at se sig selv udefra*. I takt med skolestart får børnene også mulighed for at opbygge erfaring med et privatliv og øget frihed uden konstant voksenopsyn, og her oplever flere, at de er ved at blive store børn, som også er blevet øvede skoleelever. Skolehverdagen træner både deres frihed og medbestemmelse, og undersøgelser fra 2021 viser, at 46 % af børn i 0. – 3. klasse godt kunne tænke sig at bestemme mere derhjemme**. Dette indikerer en stigende tro på egne beslutningskompetencer, hvilket denne kvalitative undersøgelse kan bekræfte.

De 7-9 årige i denne undersøgelse har stort fokus på oplevelsen af at blive 'stor', hvilket er en kombination af indre og ydre faktorer. Især mindre søskendes tilstedeværelse og ageren kan accelerere denne oplevelse, hvilket eksempelvis kan ses i relation til fritidsinteresserer, legetøj og indhold på skærm, hvor der kommer et stort behov for at positionere sig som den store. *"Det er altså ikke mig, der ser det der - det er Jakob!!!"*, fastslår en 8-årig pige eksempelvis, da Netflix app'en åbnes og foreslår at fortsætte afspilning på en tegnefilm, som hendes lillebror er midt i. Samtidig får de 7-9 årige også i stigende grad lyst til sætte grænser og tage styring over både skærm og egen tid. Her fortæller flere eksempelvis, at de sætter pris på at kunne lukke døren ind til deres værelse, så de kan få alenetid og bestemme over eget domæne.

*"Hallo, er der hul igennem? Dit barns hjerne fra 0 – 18 år". Ann Elisabeth Knudsen & Karin Svennevig Hylding, 2011

**"Det gode børneliv – ifølge børnene", Mandag Morgen & LEGO fonden 2021



"Der er nogle ting, man engang synes var sjovt, man gerne vil kunne lide stadigvæk, men man bare er for stor til."

Claudia, 8 år

Grinejægerne er på evig udkig efter sjov og inspiration.

Når de 7-9 årige er blevet bedt om at tømme deres hoved, skriver de stort set alle sammen ting ned, som de finder sjove. Dette er især sjove aktiviteter med venner og familie, samt ting de finder underholdende. For de 7-9 årige handler underholdning meget om at have det sjovt, og de er altid på jagt efter det næste grin. Tal fra LEGO Fonden* viser, at 84 % af børn i 0. – 3. klasse mener, at det allervigtigste er, at lave sjove ting, når man har fri fra skole. Den kvalitative undersøgelse viser, at jagten efter sjove ting både afspejles i den fysiske fritid og digitale skærmtid. Det skal føles og opleves som leg.

Filminstituttets egne tal fra 2022** viser desuden, at 62 % af de yngste vælger film, der ligner, at den kan få dem til at grine. Denne tendens ses også i de kvalitative interviews, hvor de 7-9 årige fortæller, at de søger reaktioner, grimasser og gode grin som det absolut primære, når de er på skærmen.

Både drenge og piger i undersøgelsen beretter, at de ofte bruger indhold på skærmen til at finde inspiration til både det fysiske og digitale liv. Her fremhæver de YouTube, der opleves som en slags bank, der konstant har åbent, hvor de kan finde idéer til alt - om det handler om et krea-projekt, tips til 'Minecraft', 'Roblox' eller skateboard. Udover "sjov" er "inspiration" således også et nøgleord hos de 7-9 årige, der også meget ofte søger "inspiration" til at have det "sjovt".

“Det skal være noget, man kan grine af i hvert fald 3 gange.”

- Martin, 8 år, om hvad der skal til for at han vælger en film.

*"Det gode børneliv – ifølge børnene", Mandag Morgen & LEGO fonden 2021

**"Vidste du – om de 7-14 årige", Det Danske Filminstitut, 2022

MØD DE 10- 14 ÅRIGE.

Øget frihed river rødderne op, og en eksplosion af muligheder stiller mange spørgsmål.

Hos en 10-14 årig skaber udviklingen af en selvstændig identitet seismiske rystelser i hverdagen, hvor den første bevidsthed om selvrealisering begynder at indfinde sig. Her oplever flere, at en øget frihed gør 'præstation' til et nyt nøgleord i livet som 'tween' og 'teen', hvor nye personligheder testes i jagten på relationer og bekræftelse.



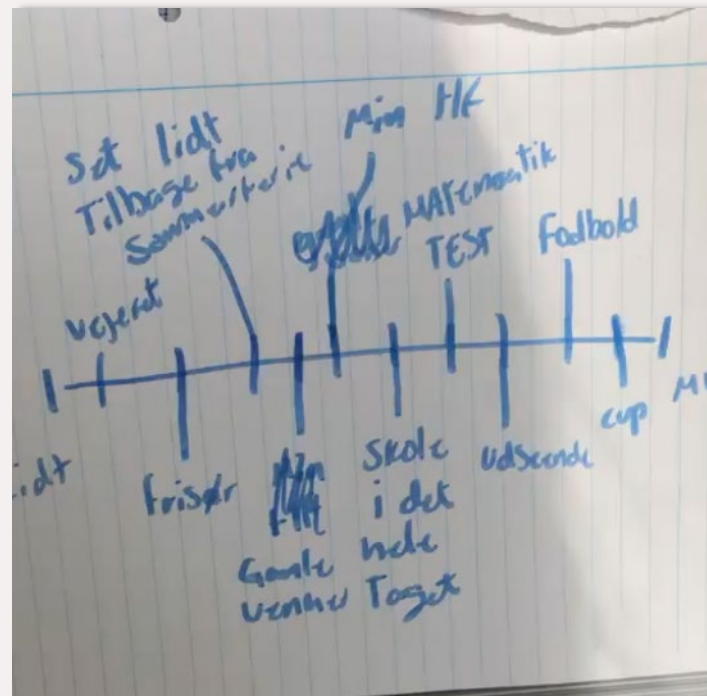
“Det bedste ved at være 13? Man må endelig have sociale medier uden at blive bannet på alt muligt.”

Nanna, 13 år

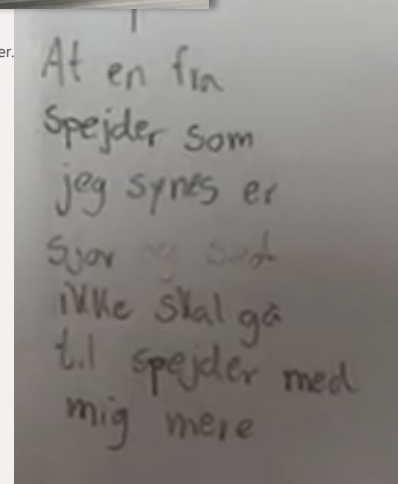
Udviklingen af selvstændig identitet skaber seismiske rystelser.

For mange i denne aldersgruppe føles disse år som en voldsom opbrudstid, da omvæltningerne i deres verden både repræsenterer nye muligheder, men også angstprovokerende forandringer, der gør op med vante rammer. De mange nye begyndelser og konstellationer kan føles seismiske for denne aldersgruppe, der overvejende leder efter stabilitet i en tid, hvor de er i færd med at definere sig selv og deres plads i verden. Når de 10-14 årige bedes om at tømme hovedet for, hvad de går og tænker på, er det således også overvejelser om alt fra den nye frisure, man skal have hos frisøren, til matematiktesten i næste uge, til ham den søde fra spejder, der snart skal stoppe.

Disse år er samtidig præget af flere mere strukturelle skift – en del starter til organiserede fritidsaktiviteter og stopper igen. Fritidshjem/SFO bliver til fritidsklub og de fleste får også frihed til at gå alene hjem efter skole. Kroppen forandrer sig, forelskelser opstår og de første hjerter knuses. De 10-14 årige oplever overordnet set mere frihed i hverdagen, men med friheden følger en oplevelse af større ansvar i skolen, hvor mange i undersøgelsen allerede i disse år peger på lektier og præstationspres, som noget der optager dem.



Udklip fra de 10-14 åriges mobildagbøger.



“Jeg tænker meget på at være online, hvis nu ens venner er online, så tænker jeg i hvert fald meget på åh nej, hvis man nu gik glip af noget”

Silja, 12 år

Den første bevidsthed om selvrealisering indfinder sig.

Den nyvundne selvstændighed, der opstår i 10-14 års alderen, medfører, at deltagerne i undersøgelsen fremstår meget bevidste om, at livet har meget at byde på – både når det kommer til muligheder og mål. Tanken om selvrealisering er ved at indfinde sig i disse år, hvor oplevelsen af uanede muligheder indgår i en konstant afvejning om, hvordan tiden bedst bruges.

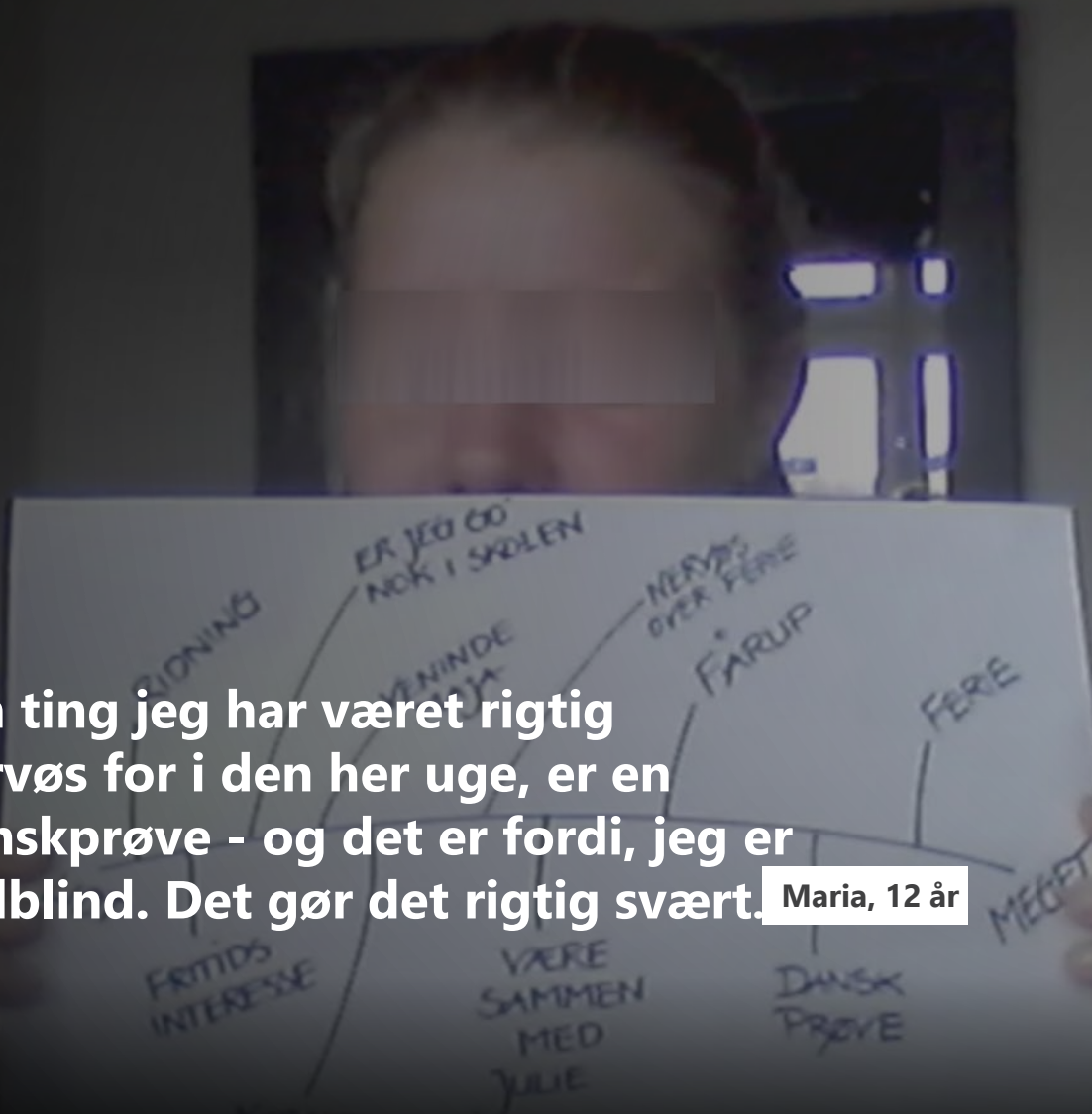
Fødselsdage, skole- og sportsarrangementer, hobbyer, lektier, venner og familier indgår i en konstant afvejning af, hvad de 10-14 årige vil, og hvad de skal/bør. De mange muligheder er forbundet med stor spænding, men kan også være en belastning, og i kontrast til de 7-9 årige beskriver flere af de 10-14 årige, at de nu står med delansvar for deres egen skemaplanlægning. Her peger flere af deltagerne på, at de mange valg, og derigennem også fravalg, udløser en hverdag, hvor FOMO begynder at snige sig ind.

Den første bevidsthed om selvrealisering stimuleres også af udbredelsen af smartphones og sociale medier hos de 10-14 årige, hvor der er kommet mere tid på skærmen og mulighed for deltagelse på nye platforme, som f.eks. Snapchat. Der er opstået nye normer for, hvornår man er og bør være tilgængelig for sin omgangskreds, og hvis man ikke er online, går man glip af noget i det digitale fællesskab, hvilket de unge giver udtryk for kan være svært at håndtere. Meget forskning peger også på en stærk sammenhæng mellem stress og sociale medier, da dem, der er mest tilbøjelige til at dyrke de sociale medier, også oplever den største FOMO.

Øget frihed gør "præstation" til et nyt nøgleord.

Hvor sjov og grin præger de yngres liv og hverdag, er denne aldersgruppe muligvis bedre kendetegnet ved de høje krav, de stiller sig selv, efter de har fået mere frihed og ansvar. De 10-14 årige fremstår yderst pligtopfyldende, og de vil gerne præstere godt og leve op til både egne og andres forventninger. Med friheden opleves også flere voksenforventninger, og aldersgruppen bruges meget energi i denne periode på at afkode nye spilleregler for hvad man kan, må og skal.

Aldersgruppen er yderst reflekteret over deres egen rolle og indsats i skolen, til fritidsaktiviteter og andre rammer, hvor præstation er i højsædet. De giver samtidig udtryk for et højt fokus på gerne at ville præstere godt indenfor disse rammer. Skolen opfattes derfor også primært som en forpligtelse - noget der skal gøres, og gerne gøres godt, og i mindre grad et sted for sjov og venner, som det er for mange af de 7-9 årige i undersøgelsen.



"En ting jeg har været rigtig nervøs for i den her uge, er en danskprøve - og det er fordi, jeg er ordblind. Det gør det rigtig svært." Maria, 12 år

Nye personligheder testes i jagten på relationer og bekræftelse.

Omverdens blik er vigtigt for de 10-14 årige, og der bruges meget energi på at bekymre sig om udseende, image og selvtillid. Gruppen gør sig mange tanker om deres rolle i verden og sociale sammenhænge, og spekulerer på hvilke nye roller, de kan tage – særligt i deres umiddelbare relationer.

Selvbevidstheden og eksperimenter med personlighed og nye udtryk fylder meget for aldersgruppen, som er i en kontinuerlig indre dialog om spørgsmålet: Hvem er jeg - og hvordan ønsker jeg, at andre skal se mig? Der er store tanker på spil, og identitet er det hele store tema.

Et virvar af valgmuligheder og nye udfordringer, samt store ændringer i deres ydre verden kombineret med store udviklingskridt i deres indre verden, gør, at aldersgruppen meget aktivt søger bekræftelse på deres mange valg i både de nære omgivelser og på sociale medier.

Udklip fra de 10-14 åriges mobildagbøger.

MØD DE 10-14 ÅRIGE

”Jeg tænker på min stil, min personlighed. Altså, jeg prøver egentlig at finde ud af, hvem jeg er som person.”

Stine, 12 år

MØD DE 15- 18 ÅRIGE.

En større verden stiller krav og kæmper med skærmen om at stjæle tid.

I de 15-18 åriges liv er der stor bevidsthed om, at de står midt i en omstillingsperiode, hvor bekymringer for samfundet møder egne hensyn. Travlhed i hverdagen gør selv afslapning til en krævende opgave, og film og indhold skal opleves som let at indtage, hvis de unge skal finde tiden til det. I en travl hverdag er medieforbruget stort, men korte formater passer bedre ind i det oplevede tidspres, og ofte er de unges begejstring svær at måle, fordi underholdning er en standardindstilling.

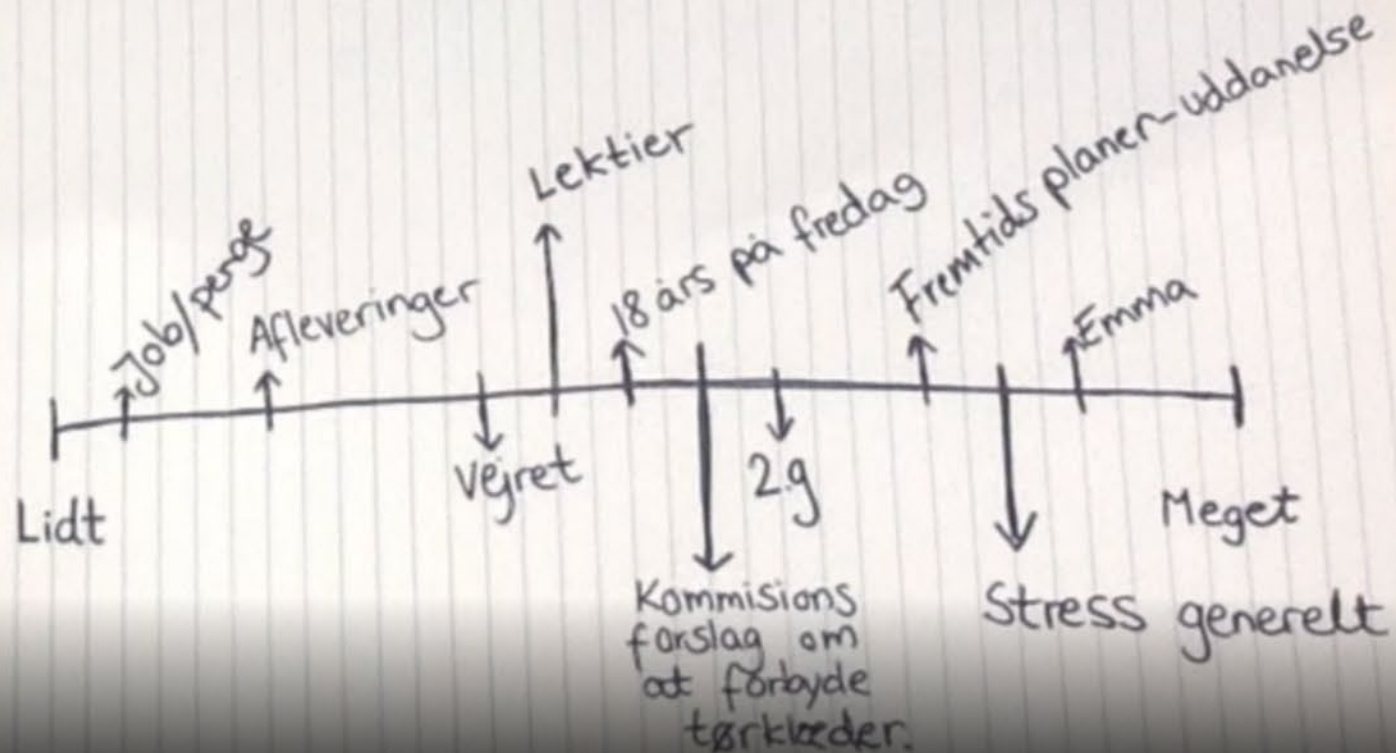
MØD DE 15-18 ÅRIGE

Bekymringer for samfundet møder egne hensyn.

Hos de 15-18 årige smelter interesser og bekymring for samfundet og resten af verden sammen med hverdagens egne bekymringer. Undersøgelsen viser, at stillingtagen til større samfundsmæssige problematikker og perspektiver begynder at fylde i de 15-18 åriges tanker, men som et trin i deres selvudvikling, hvor positionering og stillingtagen til værdier og synspunkter er med til at male egen identitet.

Gruppen har et behov for både at kunne zoom ind på sig selv og zoom ud på større perspektiver, men i en travl hverdag er der ikke tid til at dele begge perspektiver ligeligt. Her tildeles egne mikrobekymringer således mere opmærksomhed end de samfundsmæssige makrobekymringer.

Udspillet om tørklædeforbud i skolerne fra regeringens kommission blander sig med bekymringer om tøj til 18-års fødselsdag, lektier og tanker om egen fremtid i en 17-årigs mobildagbog.



“Der er bare virkelig meget at tænke over for tiden.”

Lily, 16 år

Stor bevidsthed om en omstillingsperiode.

I undersøgelsens ældste gruppe var det svært at møde en 15-18 årig, der ikke ofte anvender udtrykket “for tiden”. Hvor den yngste gruppe lever fuldstændig i nu’et og den mellemste gruppe i en oplevet ny tid (der måske varer for evigt), er de 15-18 årige meget bevidste om, at de står midt i et vadested præget af forandring.

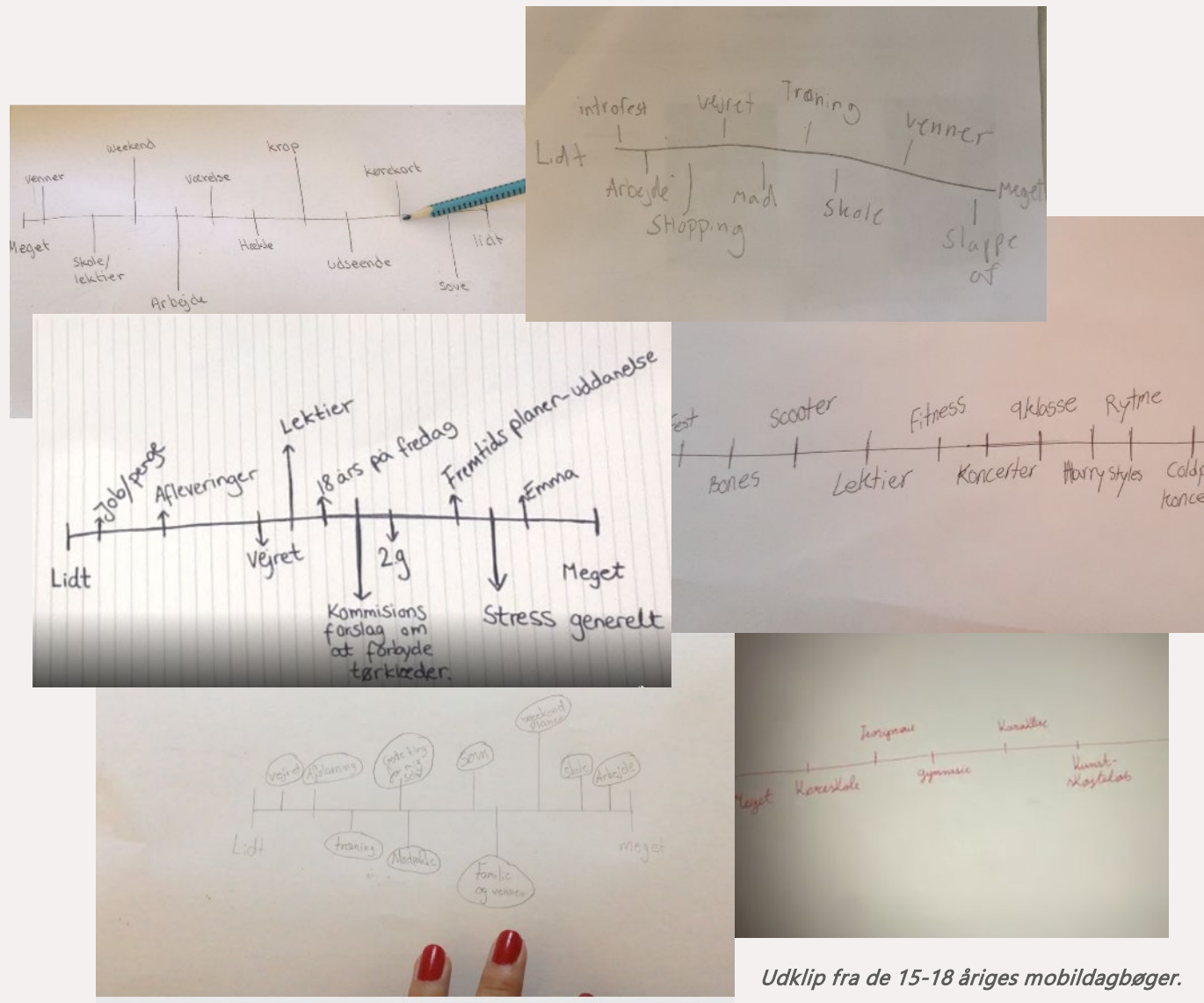
Der er stor bevidsthed om, at de står over for mange skift, som ikke varer evigt, men blot er en periode, de skal igennem. Mange af de unge i undersøgelsen gør sig meget klare tanker om det fjerne voksenliv om 10 år – ofte i højere grad end om det nære ungdomsliv om 4-5 år. Det er omstillingernes tid, refleksionsniveauet er højt og alle er klar over, at denne tid byder på en masse arbejde både fagligt, fysisk, kognitivt og emotionelt.

Skole/ungdomsuddannelse er det altdominerende fokus, men de 15-18 årige peger også på mange andre, store ting, der fylder, f.eks. hvordan de unge skal forholde sig til deres sport, at tage kørekort, passe et arbejde og være bekymret over verdens tilstand.

Film og indhold forbindes meget lidt med livets største opgaver.

I en af opgaverne i den kvalitative undersøgelse blev de unge bedt om at notere, hvad der havde fyldt i deres hoved den sidste uge. Her er det interessant at se, at kun meget få nævner underholdning af nogen art. Ingen nævner film eller andet billedbåret indhold som elementer, de har tænkt på. I stedet fylder underholdning, som de unge selv skaber, såsom fester, venner og sport. Intet på en skærm nævnes en enkelt gang.

De unge er fuldt optagede af store opgaver i livet, og her skal al billedbåren underholdning helst passes ind i de unges skema, for det er ikke hovedprioriteten. Det betyder ikke, at underholdning ikke spiller en vigtig rolle, men at den mere skal forstås som en kærkommen pause eller afkobling imellem arbejde og sociale begivenheder, som er det, der virkelig fylder i deres fokus og planlægning.



Udklip fra de 15-18 åriges mobildagbøger.

“Jeg skal huske at lave ting, der gør mig glad”

“Man skal lige huske også at finde tid til at slappe af.”

“Jeg er ikke så god til at prioritere afslapning.”

Travlhed gør selv afslapning og selvforkælelse krævende.

Midt i alt det gruppen oplever, de bør nå og leve op til, findes også forventningen om, at man skal tage sig godt af sig selv. Dette forbinder de unge med, at man finder tid til at koble af og være sig selv, hvilket paradoksalt nok opleves som *endnu* en opgave i en travl hverdag. Flere af de 15-18 årige i undersøgelsen oplever, at de ofte glemmer at slappe af, og hvor mange mennesker i de ældre grupper i samfundet ofte finder en god film meget nyttig i forhold til at koble ud og slappe af, er dette ikke nødvendigvis tilfældet hos de unge.

De 15-18 årige i undersøgelsen peger på, at film ikke nødvendigvis er specielt afslappende, hvilket bl.a. handler om længden på film. 90 minutter er lang tid, og 120 minutter er *virkelig* lang tid, hvis man spørger de unge. Tid er en værdifuld vare i et ungdomsliv. De skal både finde minutterne i en meget presset kalender - og det kræver i lige så høj grad en accept af, at man kun skal lave én ting i så lang tid. I løbet af halvanden til to timer sker der meget i de unges liv, særligt på telefonen. Der er med andre ord meget at gå glip af, når man slapper af, og det er stressende i sig selv.

Overvurderes unges appetit på indhold?

De 15-18 åriges liv er allerede fyldt op med fysisk og mentalt krævende arrangementer og gøremål, der både er selvvalgte og pålagte. Det sidste der er brug for, er ofte flere ting at gøre plads til, og derfor bliver "at sove" et begreb, der hos flere ender på optegningen over det vigtigste, man tænker på i løbet af en uge. Både som en sengetid, man skal fokusere på at overholde, da det er vigtigt for at komme godt igennem ugen, og som noget man rigtig ofte glæder sig til efter en lang skoledag.

Meget tydeligt blev det sidste demonstreret, under et besøg på Viborg Gymnasium, hvor en 2.g klasse deltog i undersøgelsen. Først på dagen var klassen fokuseret og seriøs, mens der de sidste to moduler var energidriks, slikposer og andet snack på alle borde, da kampen mod det lave energiniveau var på sit højeste.

Det er svært at forestille sig disse elever gå hjem og engagere sig i indhold, der stiller spørgsmål og vil udfordre - herunder mange dansksprogede film, som gruppen ofte oplever som noget, man forventes at reflektere over. Her skal film og indhold i stedet serveres på en mindre tidsforpligtende og mere spændende facon, hvis gruppen overhovedet skal overveje at engagere sig.

"Jeg har skrevet sove, fordi det er noget af det, jeg virkelig ser frem til, når skolen er ved at slutte."

Malene, 18 år

Medieforbruget er stadig stort, men korte formater passer bedre i tidspresset.

Selv om de 15-18 årige unge har en oplevelse af, at de står midt en i livsfase, hvor de har enormt travlt og ikke altid magter lange projekter – som f.eks. at se en film - betyder det ikke, at de ikke finder tiden til at lade sig underholde. De kan endda finde og bruge lang tid på at lade sig underholde, men tiden bliver lang, fordi den sammensættes af uendeligt mange mindre dele, som virker mere overskueligt at engagere sig i. Her spiller en platform som TikTok en stor rolle, fordi platformens korte formater virker appellerende og letfordøjelige for de unge. Undersøgelsen viser dog, at TikTok ofte ender med at blive en tidstyv, fordi den samlede tid de unge ender med at bruge på platformen, er meget længere, end havde de set en film.

“Så er det lige man kigger på uret og tænker “fuuuuck den er 2.30”, og man ved, hvor smadret man bliver i skolen i morgen. Nogle gange kan man godt hade TikTok lidt.”

Jacob, 17 år

Indhold opleves ofte bare som "fint nok".

De 15-18 årige har både adgang til – og bliver eksponeret for – milliarder af timers indhold. Bredt som smalt, og der vil med sikkerhed altid være mulighed for at opgradere sin underholdning i form af mere indhold. Bredt, smalt, nyt eller gammelt, det hele er tilgængeligt. Antallet af subcommunities og smagsfællesskaber er eksploderet, og det er ikke muligt at løbe tør for underholdning, hvis man er ung. Herved behøver man aldrig at nøjes, eller affinde sig med noget, der ikke giver det ønskede input. Dette kan være årsag til, at de 15-18 årige sjældent udtrykker, at de blæses bagover af film eller andet indhold.

'Underholdning' som begreb lader til at have indfundet sig på et mere behersket begejstringsniveau hos de unge, end det ses hos ældre generationer, der måske stadig ser underholdning som noget, der sker, efter man har overstået noget mere pligtbetonet. For de helt unge derimod er der en forventning om, at alt skal være underholdende - også undervisningen i 2.g. Derfor beskriver de også ofte blot indhold som "fint nok", også selv om de har brugt en del tid med det, og reelt syntes om det.

"Det er virkelig slående, hvor tit man hører, at ting er "fint nok". Også noget de har haft en reel oplevelse med. Det er bare som om, at indhold giver dem mere beherskede oplevelser, end f.eks. min generation" (40'erne)

- Gymnasielærer

Tættere på de 7-18 årige.

Opsummering: Fra sjov til afkobling.

På tværs af de 7-18 årige ses en fælles forkærlighed for underholdning, der er let og legende, men på tværs af alderen går gruppen fra 'sjov' til 'afkobling'. Hvor det hos de 7-9 årige kommer til udtryk i en evig søgen efter grin, sjov og inspiration, findes det hos de 10-14 årige i deres søgen efter fortællinger, der inviterer dem ind i andre universer, hvor interessante spørgsmål stilles. Hos de 15-18 årige handler underholdning mere om afkobling i en hverdag, hvor korte og lette formater opleves som det, man kan nå i en livsfase præget af tidsmangel – men hvor den samlede skærmtid brugt på korte formater paradoksalt nok langt overstiger spilletiden på film.

De 7-9 årige er drevet af en her-og-nu stemning i deres liv og hverdag og spontanitet råder. Der er overordnet set en uskyldig begejstring, men bekymringer om forandringer i hverdagen fylder og deles med andre. Der er udpræget bevidsthed om at positionere sig som "stor" og at tage afstand til ting, der vurderes som "barnlige", selv om alt indhold der søges, helst skal indeholde grin, sjov og inspiration til leg.

De 10-14 årige befinder sig i en verden præget af opbrud, og alle rammer er til forhandling. Den første bevidsthed om selvrealisering er begyndt, og kommer til udtryk både gennem ydre og indre identitet, præstationsfokus og FOMO. Livets mange muligheder er rare, og giver plads til at nye personligheder kan testes af, men det skaber også seismiske rystelser, når både krop, tanker og venner forandrer sig.

De 15-18 åriges hverdag er domineret af seriøse opgaver, tanker om fremtiden og en generel opmærksomhed på omstillinger. De orienterer sig mod samfundet og bekymrer sig herom, men egne hensyn og udfordringer vægter tungest. Korte formater passer bedst ind i en hverdag, hvor tidspres og mangel på afslapning skaber en søgen efter nem afkobling, som der samlet set bruges meget tid på.

Film, serier, platforme og social kontekst.

De 7-18 årige bruger meget tid på skærmen. Dette afsnit kortlægger, hvordan de 7-18 årige udforsker og reflekterer over brugen af forskelligt indhold og formater i forskellige sociale kontekster.

DE 7-9 ÅRIGE:

Valg af indhold er stærkt præget af tid, familie og reaktionsskabelse.

”En film er noget, man ser på en computer eller en tablet eller et fjernsyn. Og det er noget, der er sjovt. Og så ved jeg ikke mere.”

Olivia, 8 år

De 7-9 årige styrer efter platform før indhold.

De 7-9 årige er vokset op med et væld af indholdsplatforme, som de tidligt har lært at navigere på. De er flittige brugere af indhold på skærm inden for de tilladte rammer og aftaler om skærm tid, der måtte være i hjemmet, og de navigerer med stor selvfølghed på de forskellige platforme og kanaler, de har adgang til. De 7-9 årige kan dog ikke differentiere mellem platforme, indhold og formater, men kategoriser nærmere alt som underholdning på skærmen. For denne aldersgruppe er det tydeligt, at det handler mere om funktion end om selve indholdet.

Dette kommer bl.a. til udtryk i interviews og hjemmebesøg, hvor flere af de 7-9 årige havde svært ved at give definitioner på forskellen mellem de forskellige underholdningselementer, der konsumeres. "Film" er eksempelvis *noget*, man ser på en skærm, eller som en 8-årig forklarer det "ligesom en lang video, som voksne ser", og Netflix bruges som udtryk for al underholdning, man ser på skærmen – også selvom det ses via Disney+ eller DRTV. YouTube lader til at være den eneste platform, der har skilt sig mærkbart ud, hvilket kan skyldes, at YouTube i de fleste familier er størst kilde til uoverensstemmelser mellem barn og forældre.

“Jeg går altid bare ind på Netflix og så er den altid i menuen.”

Anton, 8 år

Indhold afmåles i serielængde - film ses ofte i selvinddelte afsnit.

Aldersgruppens seeradfærd er uløseligt forbundet med tid, og generelt er tiden, der afsættes og tillades, knyttet til serielængde og ikke filmlængde.

For denne gruppe af børn opleves film som lange fortællinger, der som regel varer et sted mellem én til to timer, hvilket er lang tid. Enkelte børn i undersøgelsen fortæller lettere oprørt, at de kender til film, der varer tre (!) timer. Både børn og deres gatekeeper-voksne gav i interviews og besøg klart indtryk af, at film på mange måder kræver for meget af hverdagen. Dette harmonerer med de yngstes adfærd i forhold til film, hvor flere fortæller, at de ofte ser og forbinder film med alt andet end hverdag, og at de ofte bryder film ned i mindre bidder. Til sammenligning opleves serier som et format, der passer godt ind i hverdagen. De fleste af de 7-9 årige ser meget episodeinddelt indhold, primært alene eller med søskende. Serieformatets styrke opleves at være, at spændingen bygges op og forlænges.

"En film er en slags ting... som en serie. Den er bare længere. Det er på en måde en hel masse afsnit sat sammen."



Oscar, 7 år



Mille, 8 år

Far: "Da du havde Adrian på besøg sidst, så så I da noget sammen, gjorde I ikke dét?"

Oscar: "Nå, ja, 'Big Hero Six', men vi nåede ikke at se det helt."

Far: "I nåede ikke at se den færdig."

Oscar: "Nej. Fordi at legeaftaler åbenbart er mega korte."

Familien booster filmoplevelsen, men kræver weekend.

Når de 7-9 årige i undersøgelsen ser film, handler det som regel om det fællesskabsorienterede i oplevelsen. Film er noget, der ses i weekenden, og film handler først og fremmest om familietid. Det bliver ofte tydeligt, at det som udgangspunkt ikke handler om selve filmen, der ses, men i markant højere grad om at være sammen, at kunne ligge på sofaen med en dyne, slik og familien omkring sig. Det er både trygt og hyggeligt, men interessant nok peger de 7-9 årige på, at en stor del af underholdningen også ofte handler om se hinandens reaktioner. Det kan være en lige så givende oplevelse for en 7-9 årig at se far eller mor grine, som at se selve filmen, og familien bliver således en booster for indholdet, hvilket værdsættes stort.

Mange af de 7-9 årige udtrykker ligeledes nostalgi, når de fortæller om de følelser, minder og omstændigheder, de forbinder med at have set en given film - mere end selve filmen. Derfor vil de 7-9 årige også helst starte en film, når de ved, der er tid til hinanden, og ordet "fredag" går massivt igen hos de 7-9 årige, når samtalen handler om filmformatet. Netop fordi film forbindes med familie og hygge, oplever flere også, at film ikke passer ind i hverdagen – i hvert fald ikke på den måde, som de foretrækker at se film på.

“Så har vi en madras inde foran vores fjernsyn og så hygger vi os med dyner, snacks og fredagsslik.”

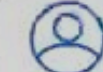
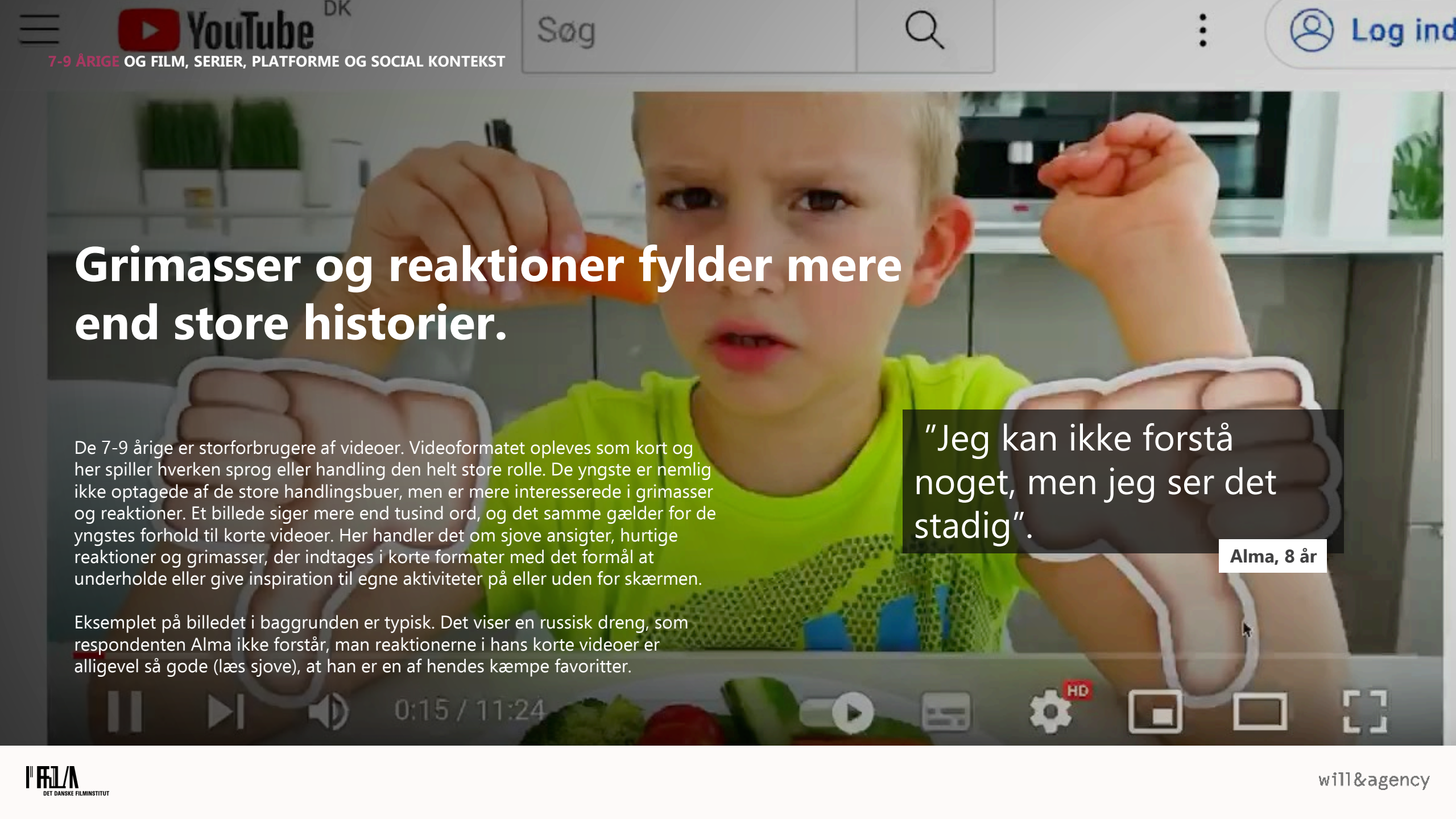
- Lærke, 9 år

“Film, det ser vi om fredagen. Med slik. I stuen.”

- Maya, 8 år

“Jeg kan bedst lide at se film med familien om fredagen efter aftensmaden.”

- Oliver, 7 år



Grimasser og reaktioner fylder mere end store historier.

De 7-9 årige er storforbrugere af videoer. Videoformatet opleves som kort og her spiller hverken sprog eller handling den helt store rolle. De yngste er nemlig ikke optagede af de store handlingsbuer, men er mere interesserede i grimasser og reaktioner. Et billede siger mere end tusind ord, og det samme gælder for de yngstes forhold til korte videoer. Her handler det om sjove ansigter, hurtige reaktioner og grimasser, der indtages i korte formater med det formål at underholde eller give inspiration til egne aktiviteter på eller uden for skærmen.

Eksemplet på billedet i baggrunden er typisk. Det viser en russisk dreng, som respondenterne Alma ikke forstår, men reaktionerne i hans korte videoer er alligevel så gode (læs sjove), at han er en af hendes kæmpe favoritter.

”Jeg kan ikke forstå noget, men jeg ser det stadig”.

Alma, 8 år



Biografen handler på godt og ondt om meget mere end filmen.

For de yngste er biografen en dejlig oplevelse, der løfter sig fra hverdagens rutiner. Der lægges stor vægt på den sensoriske og stemningsmættede oplevelse ved en biograftur, for det er en totaloplevelse at gå i biografen. Gode sæder, høj lyd, stor skærm og medfølgende popcorn, sodavand og slik lader til at betyde mere for de yngste end hvilken film, de skal ind og se. De fysiske rammer hjælper således med at skabe en god helhedsfølelse, der også falder tilbage på oplevelsen af selve filmen. Biografen taler også ofte godt ind i de 7-9 åriges nysgerrighed, da bl.a. filmudbuddet og samtaler om film i klassen eller reklamer for nye film i f.eks. Roblox skaber en nyhedsværdi og biografincitament blandt børnene.

For de 7-9 årige er der dog også en bagside ved biografrummets rammesætning, der handler om de begrænsninger, der pålægges én. Derhjemme bestemmer man selv lydniveauet, der godt kan opleves som meget højt i en biografsal, om man vil gå på toilettet eller sætte filmen på pause. Da film i så høj grad er forbundet med det familiære og hyggelige, betyder det også, at det kan være en mindst ligeså god filmoplevelse for de yngste at se filmen hjemme, hvis biografens totaloplevelse kan erstattes af hygge og samvær med dem, de holder af.

“I biografen er det altid lidt hyggeligere, men herhjemme kan man ligge sig ned og hygge lidt på sofaen, tage to sodavand og man kan sætte filmen på pause.”

Dagmar, 8 år

DE 10- 14 ÅRIGE:

Opmærksomheden
bliver flydende og
sociale kontekster er
vigtigere end
indholdet.

“Forskellen på en video og en film... Film, det omhandler mere noget. Det gør videoer også, men det er ligesom om, du ikke er der på en måde, og du kigger på noget ovenfra. Hvor en video, der er det sådan, altså, du er med på en eller anden måde.”

Ellie, 12 år

Film er upersonlige, mens videoer skaber relation og følelse af involvering.

Flere i aldersgruppen 10-14 år fremhæver YouTube og videoer på TikTok som indhold, de er særligt glade for. Her fremhæver de bl.a., hvordan de føler sig tættere på indholdet i videoer, fordi man kan kommentere eller like, og derved føle sig involveret. Der er en stærkere oplevelse af deltagelse i videoer, der varierer meget fra den oplevelse, gruppen får af at se film og serier.

Flere giver udtryk for, at de oplever at have en fjern, medskabende rolle – eller som minimum at deres interaktioner med indholdet direkte er med til at påvirke, hvilket indhold de forskellige YouTubere og andre influencere, de følger, producerer fremover.

“Mine ører er på filmen, mine øjne på telefonen.”

Samira, 8. klasse

Debut med egne sociale profiler skaber udflydende opmærksomhed.

De 10-14 årige har fået friere rammer til at være på skærmen, og der er mindre forældrekontrol over skærmtid i denne aldersgruppe sammenlignet med de 7-9 årige. Det er også i disse år, at flere børn får egne profiler på diverse sociale medier og her begynder at indgå i flere sociale, digitale sammenhænge.

Flere af de 10-14 årige i undersøgelsen er aktive brugere og deltagere på en lang række platforme, hvor forskellige formatter fanger deres interesse. Spørger man de 10-14 årige er det ikke altid nemt at lave klare afgrænsninger mellem format og indhold, hvilket kan ses i den måde, hvorpå de unge flyder mellem deres forskellige digitale profiler. Denne flydende adfærd smitter også af på den måde, man ser indhold på, hvorfor det kan føles som det mest naturlige at have ørerne på den film eller serie, man ser på den ene skærm, og øjnene på telefonen. I andre tilfælde kan picture-in-picture funktionen være brugbar, hvis man eksempelvis gerne vil se en film og en video på YouTube på samme tid.

Alenetid foran skærmen og bingewatching bliver populært.

Hvor de 7-9 årige så småt begyndte at lukke døren til deres værelser for at få privat skærmtime, bliver alenetid foran skærmen for alvor synligt hos de 10-14 årige. Dette stemmer overens med tal fra Filminstituttet fra 2022*, der viser en stigning i antallet af børn fra 10 år og op, der vælger at se film og serier alene.

Aldersgruppen peger på, at film føles som en større forpligtelse, der kræver en meget opmærksomhed (den nye, knappe ressource efter sociale medieprofiler er blevet tilgængelig), hvorfor serieformatet begynder at tage fat på individuelt plan.

Serier opleves også ofte at have markant "længere" underholdningspotentiale end film, ligesom bingewatching indfinder sig for første gang. En hel sæson kan nu pludselig sluges på en lørdag, fordi de 10-14 årige har mere fri tid, som de i højere grad selv bestemmer over. Flere fortæller således, at de venter og planlægger, så de kan binge et langt træk sammenhængende.

"Jeg ser aldrig tingene, lige når de kommer ud. Jeg venter lidt tid, så i stedet for at jeg skal sidde og vente i en uge, før det næste kommer, så venter jeg lidt tid, så jeg bare kan se det i træk."

Arthur, 11 år

*"Vidste du? Om de 7-14 årige", Det Danske Filminstitut, 2022

Hurtigdommerne søger straks-begejstring på tværs af formater.

Det er hårdt at være indhold for 10-14 årige, hvor de fleste benytter flere medier og platforme på samme tid. Swipe-kulturen fra SoMe platforme - særligt TikTok - glider over i resten af de unges medieadfærd uanset indhold, format og platform. Her styres valg, tilvalg og fravalg ud fra de reaktioner, det evner at skabe hos de unge på utrolig kort tid – hvilket oftere vil sige sekunder mere end minutter. Swipe-kulturen differentierer ikke imellem typer af indhold, og både film og serier udsættes for samme, hurtige vurderingskriterier som de korte videoer og klip.

Når man følger gruppens skærmadfærd, er det svært ikke at se dem som en slags hurtigdommere, der er videre, hvis ikke de fornemmer en straks-begejstring – og meget ofte startes indholdet ikke, før holdningen allerede er dannet. Meget indhold sorteres derfor hurtigt fra, også selvom det ikke nødvendigvis er intentionen, da også fortrydelsen kommer til at drukne i udvalget af indhold og nye vurderingskriterier.

“Hvis ikke det lige ser spændende ud, så kan jeg godt finde på at skifte.”


Nikolaj, 11 år

Kompromissøgende med venner og søskende, mens forældre screenes.

De 10-14 årige kigger frem mod en ungeidentitet, hvilket bidrager til, at de typisk inddeler film og serier i to hovedkategorier ud fra bl.a. temaer og handling.

Film og serier med mere rene, uskyldige og familiære temaer, eksempelvis danske familiefilm eller Disney klassikere, ses ofte med familien, hvor mange af de 10-14 årige fortæller, at de hygger sig med at se noget sammen med familie i situationer, hvor yngre søskende ofte sætter dagsordenen. Undersøgelsen viser, at de empatiske evner foran skærmen er enormt store hos de 10-14 årige, hvor langt de fleste er meget opmærksomme på interessen hos deres medseere. Dette gælder i forhold til både søskende og venner, hvor gruppen i begge tilfælde er meget kompromissøgende, og klart prioriterer den gode, fælles oplevelse over noget særligt indhold.

Film og serier med mere 'voksne' eller unge temaer er mere komplicerede, fordi der i disse år sker en lang række fysiske og kognitive udviklingsspring, der både påvirker gruppen kollektivt og individuelt. Derfor undgår de helst at se på "voksenindhold" med voksne, da det nemt kan medføre en pinlig og akavet stemning. Naturligvis gælder dette primært indhold med udtalt kærlighed eller sex, men også vold, stoffer og alkohol kan ryge i samme kategori. De 10-14 årige har en enorm interesse i indholdet, men forældrene screenes ud, hvilket til tider kan gøre det svært at finde noget at se med de voksne, hvis man ikke har mindre søskende.



“Alene ser jeg mere sådan noget lidt plat-romantisk, kærlighedsfilm. Sådan noget jeg normalt ikke ville se med mine forældre. Fordi... det synes jeg bare er akavet”

Karma, 14 år

“Det er en større skærm og bedre lyd, så jump scares virker bedre.”

Emine, 12 år

Planlægning og reaktionsstudier definerer den gode biograftur.

Blandt de 10-14 årige i undersøgelsen er biografen et stort hit. En filmoplevelse høster f.eks. større anerkendelse fra klassekammerater, hvis man har set filmen i biografen, da det er mere “oplevelsesagtigt”, som en 11-årig forklarer det. De fleste fortæller også, at de meget gerne ville have 1-2 ture om måneden, men de er også opmærksomme på, at det kræver både tid og penge. De fleste i denne aldersgruppe er dog usikre på, hvad en biograftur egentlig koster, da det fortsat oftest er en sponsoreret aktivitet af mor og far.

Som med de 7-9 årige, er denne gruppe meget optagede af helhedsoplevelse, når de går i biografen. Den store forskel på de to aldersgrupper er, at de 10-14 årige har fået større frihed og er begyndt at tage i biografen på egen hånd med venner og søskende. Selve den selvstændige planlægning (valg af film, transport, håndtering af penge osv.) bliver nu for de yngste i gruppen en stor del af oplevelsen.

En anden vigtig dimension af biografoplevelsen er de reaktioner, biograffilmen skaber hos både dem selv og deres venner. Her oplever de, at den store skærm, vilde lyd og mørket skruer op for følelserne og reaktionerne. Flere i den ældre del af aldersgruppen nævner gyserfilm som oplagt til biografen, men også komedier, da gruppen taler meget om, hvor sjovt det er, at se hinanden blive forskrækkede af store jump scares eller at få ondt i maven af grineflip. For mange går der næsten sport i at opsøge den mest ekstreme filmoplevelse, hvor det mere er hinandens reaktioner, der er samtalerne efter filmen, end filmens egentlige handling.

”Jeg var derude (i biografen) for et par dage siden med mine venner, fordi jeg har fået sådan en billet. Der så vi den nye ‘Minions’. Det var bare os. Vi kørte derind med bussen, og tog også bussen hjem selv. Det har vi ikke gjort før.”

Albert, 11

år

DE 15- 18 ÅRIGE:

Uendelige afslutninger, mere nærvær og let adgang styrer valg af formater, platforme og social kontekst.

Lykken er et bombardement af afslutninger.

Det tager 7 sekunder, men vi vil så gerne have, du bliver lidt længere...

De unges opmærksomhed bliver tit sat i sammenhæng med deres koncentrationsevne og en bekymring for, om TikTok og andre platforme med ekstremt kort indhold har ødelagt deres evne til at koncentrere sig. Men meget i undersøgelsen kunne tyde på, at det ikke er en korrekt sammenstilling, eller i hvert fald som minimum ikke hele sandheden. For de unge aflæser indhold, budskaber og relationer i et tempo, der er svært for ældre generationer at følge, og bliver dermed langt hurtigere klar til at få afslutningen på en historie. De unge har måske også lettere ved at hoppe ind og ud af f.eks. serier uden at få den helt store handlingbue med. Og tendensen stiger. Brugen af TikTok er steget med 50% det sidste år*, og computerspil - der i mange tilfælde også er et serielt bombardement af afslutninger – fylder også enormt. 96% af alle drenge og 70% af alle piger mellem 13 og 19 år spiller computer, og aldersgruppen spejler stort set dem, der spiller allermest, hvilket er de 15-19 årige**.

Uanset om det handler om spil, TikTok, serier, film eller noget helt andet, virker det afgørende for den unge gruppe selv at være i kontrol over indholdet, og ikke mindst at blive eksponeret for mange afsluttende historieelementer i løbet af en dag.

*Medieudviklingen 2021, DR Medieforskning

** Berlinske: <https://www.berlingske.dk/samfund/mange-unge-spiller-computer-mere-end-40-timer-om-ugen-det-skal-foraelde>

225

afslutninger ser unge dagligt i videoer på TikTok alene (2021). Oven i det kommer alt andet fra Snapchat, Instagram, serie, film og spil*.

“Man kan se afsnit 2 uden at have set afsnit 1. Det er mega nice ved ‘Klovn’”.

- Carla, 18 år

“Kort + kvantitet” slår næsten altid “langt + kvalitet”.

Tid er indhold. Sådan kunne Benjamin Franklins berømte læresætning om penge omskrives til unge og indhold. Til trods for en hverdag der opleves som meget presset af skole, job, pligter, venner, valg og forventninger, anvender rigtig mange i denne aldersgruppe udtrykket “tidsfordriv”, når de skal beskrive, hvorfor de ser forskelligt indhold. Det kan lyde som om, at indhold ikke betyder det store, men det er naturligvis ikke tilfældet. Indholdsappetitten er enorm, og vigtigst af alt er, at der er indhold *nok*, som er “fint nok” - et af de 15-18 åriges yndede udtryk. Gruppen er selvfølgelig interesseret i, hvad mange i klassisk forstand vil betragte som kvalitetsindhold (original historie, vigtigt tema, gode skuespillere, flot produktion), men den største værdi tillægger de mængden. Der skal være meget indhold, der aldrig keder, og som helst skal fordøjes i små bidder. Korte serier og ultrakort indhold på sociale media kan indtages i timevis. Og selv om film som format værdsættes, bliver den vurderet gennem øjne, der bruger langt mere samlet tid på indhold, der i gennemsnit er markant kortere end film. F.eks. bruger 12-18 årige i dag mere end 5 timer dagligt på sociale medier, hvor Youtube optager mest tid skarpt forfulgt af TikTok og Snapchat*.

TIMER

“Det kan godt være lidt lang tid, hvis man skal sidde og se på noget i sådan halvanden-time-agtigt.”

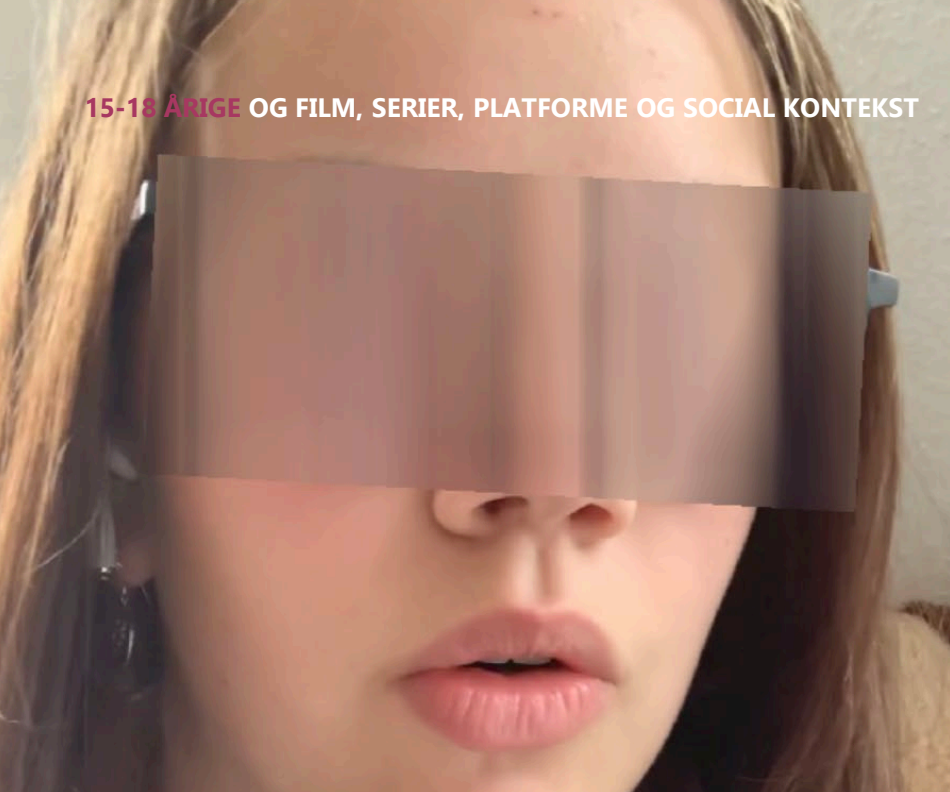
MINUTTER

“Det bedste er komedieserier, der er 20-30 minutter lange. De er nemmere at koncentrere sig om, og man mister ikke tålmodigheden med dem.”

SEKUNDER

Pige 17: “På sociale medier skal der helst ske noget interessant inden for de første 30 sekunder.”
Dreng 17: “Serioøst?? Jeg vil sige 7 sekunder.”

* Kulturministeriet: Internetbrug og sociale medier 2021



“Når jeg hører ordet ‘film’, så tænker jeg på hygge i sofaen. Se en god film med ens familie fredag aften. Det er noget, man sådan kan snakke om. Med sine veninder eller bare med sin moster, man ikke har set i lang tid”

Mira, 17 år

Film forbindes mest med hygge og familie.

Man er ikke dansker for ingenting - heller ikke selv om man kun er 17 år. "Hygge" er også for de unge et af de allermest benyttede ord, når gruppen skal beskrive, hvad film betyder for dem. Film er klart en social oplevelse, og forbindes desuden mere med hjemmet og familie eller f.eks. biografen og venner. Film forbindes i mindre grad med aleneforbrug. Generelt er behovet for at være social med hele familien intakt langt op i barn-/ungdommen. Rigtig mange udtrykker, at de tit går på kompromis med, hvad der skal ses - som både store og små søskende samt forældre kan forenes om. Her er komedier kompromisgenren over dem alle.

Selv om det første, der forbindes med "film", er hjemmesamvær med familien, er filmen stadig et vigtigt element i venskaber, og som noget nyt i den samlede gruppe af 7-18 årige er film blevet noget, der fortællers om, at man bruger tid med venner hjemme hos hinanden på, og i endnu højere grad, noget man taler om.

Høj tillid til algoritmerne - men ikke blind naivitet.

De 15-18 årige er blandt de første til at bruge "recommendation media" mere naturligt end "social media", hvilket særligt er drevet af den massive udbredelse af TikTok. Her er brugeren selv centrum for algoritmerne i modsætning til sociale medier, hvor det er følgere og venner, der former det indhold, der vises.

De 15-18 årige er på mange måder vokset op med algoritmer, og oplever ikke nødvendigvis AI og algoritmer som fjender. De deler derfor heller ikke den samme skepsis, som man ofte hører fra ældre generationer. Flere af de 15-18 årige nævner eksempelvis, at algoritmerne hjælper dem med at finde indhold, de faktisk sætter reelt pris på. Dette gælder både matchfunktionen på f.eks. Netflix eller indhold på "for you pages". Det er dog ikke ensbetydende med, at de er ubevidste om, at algoritmerne har en stor kraft, og potentielt kan overtage kontrollen med, hvad de ser. Men det er en balance, og mange andre ting opfattes farligere end algoritmerne, når man spørger aldersgruppen.

Måske skal denne opfattelse ses i sammenhæng med, at den unge generation på andre teknologiske områder også er åbne for fordelene. Dette ses bl.a. i den store opbakning til atomkraft blandt unge klimabekymrede, som adskiller sig markant fra deres forældre og bedsteforældres holdning til atomanlæg. 52% af de 18-årige er for atomkraft i Danmark*. En del af de unge i undersøgelsen nævner også, at de ikke bruger TikTok, enten fordi man kan blive afhængig, eller fordi de ikke bryder sig om indholdet. At bruge TikTok er et aktivt valg - men også et fravalg, man kan tage - og under alle omstændigheder virker det til at være en refleksion, de fleste af de unge gør sig.

*Politiken, 2022 <https://politiken.dk/viden/Viden/art8958875/Danskernes-holdning-til-atomkraft-er-%C3%A6ndret-p%C3%A5-f%C3%A5-m%C3%A5neder>

"Jeg går meget efter stjerner, og Netflix har en matchfunktion ift. hvad man har givet de tidligere film, man har set. Hvis den er lav, ser jeg den ikke - hvis jeg er i tvivl, ser jeg oftest traileren".

Marika, 17 år

Biografen har potentiale for tættere relation mellem ung og skaber.

"I biografen har man mere fokus, og ser den som instruktøren mener den skal opleves."

**"I biografen er film ikke bare noget man sætter på for så at lave noget andet imens - i biografen er det en helhedsoplevelse."
"Jeg elsker at se behind-the-scenes."**

Flere af de 15-18 årige fremhæver, hvordan man i biografen 'får lov' til ikke at måtte kigge på sin mobil. Der virker til at være en fascination af biografen som et af de få rum i hverdagen, hvor unge er enige om bare at se det, man kigger på. Biografen er et frirum til fordybelse, og det er både eget og fælles fokus, der skærpes. Og netop det fælles mellem filmskaberne og det unge publikum kan være interessant i den sammenhæng, da et nærmere forhold mellem skaber og bruger efterlyses af flere af de unge. For som flere unge udtrykker, overgiver man sig mere til instruktøren i biografen end på andre skærme.

"Det er nemmere at få den oplevelse, instruktøren har tænkt med filmen".

Sådan siger én af de unge i undersøgelsen. Dermed har biografen måske potentiale for at skabe en mere personlig relation mellem skabere og publikum, som ikke kun musikbranchen, men også social media og influencere, har. I vores mediesamtid hører man ofte udtrykket "The creator economy", som bygger på en demokratisering af indholdsudvikling, hvor alle har let adgang til at udvikle og udgive indhold – og endda til gode odds for at tjene penge på det sammenlignet med tidligere tider. Undersøgelsen viser, at uanset om man selv faktisk skaber og udgiver indhold, har de 15-18 årige en skaberidentitet, og ser det som både naturligt og interessant at være tæt på skaberne. Hvis man ser bort fra Jonas Risvig, nævner de unge i undersøgelsen stort set ingen navne bag kameraet. Men biograffilm kan måske f.eks. italesætte instruktørernes intentionen langt mere eksplicit for det unge publikum, der både søger en tættere relation og generelt er enormt kompetente i forhold til at forstå mange aspekter både i og bag filmen.

Opsummering: Fra grimasser til slutninger.

På tværs af de 7-18 årige spiller tid en afgørende rolle i forståelsen og prioriteringen af formater og platforme. Serier passer tidsmæssigt bedst ind i hverdagen hos alle tre grupper, hvor film i stedet placeres som en weekendaktivitet. Hvor de 7-9 årige søger sjove og hurtige grimasser, fordyber de 10-14 årige sig i binge-adfærden, hvor serier sikrer lang underholdning, der er tidsinvesteringen værd. Hos de 15-18 årige er der stor lyst til et bombardement af slutninger, som de korte formater bedst leverer.

For de 7-9 årige handler format først og fremmest om tid og derefter platform. Alt indhold afmåles i serielængde, da dette tidsformat matcher de 7-9 åriges hverdag bedre. De 7-9 årige værdsætter at se film med familien, hvilket ofte handler mere om tiden sammen end om selve filmen. Det samme gør sig gældende i biografen, hvor filmen heller ikke nødvendigvis er det vigtigste for totaloplevelsen. Når de er på egen hånd, søger de grimasser og reaktioner mere end lange handlingsbuer i indholdet.

Hos de 10-14 årige er alenetid og bingewatching for alvor blevet en del af gruppens tid foran skærmen. De agerer som hurtigdommere i alt, hvad de laver og ser på en skærm, men når de er sammen med venner, familie eller yngre søskende, er de kompromissøgende og værdsætter det sociale. Biografen er blevet et stort event som de 10-14 årige på egen hånd kan dyrke sammen med venner, hvor man kan sammen kan dyrke sine reaktioner, og hvor helhedsoplevelsen ofte også inkluderer stoltheden over selv at arrangere og transportere sig til biografen.

For de 15-18 årige passer kort indhold og mange slutninger bedst ind i hverdagen, hvilket påvirker de platforme og formater, de mest opsøger. Her ses recommendation media og algoritmer som en god hjælper til hurtigt og let at finde indhold, der matcher 'mig og mit behov'. Film forbindes fortsat mest med familie og hygge og er ikke, på samme måde som andet indhold, en fast del af hverdagen.

Genrer, karakterer, temaer.

På tværs af de 7-18 årige fylder karakteroplevelsen markant mere end både genre, tema og fortælling, når de ser film og serier. I dette afsnit kortlægges de 7-18 åriges adfærd og motiver relateret til valg af indhold.


DE 7-9 ÅRIGE:

De genreløse søger børneindhold, der giver 'jeg er stor' følelser.

De yngste er genreløse og drives af en lyst til at 'se noget'.

Når de 7-9 årige fortæller om deres tid på en skærm, er de fleste mere optagede af ritual og situation end af selve genre og indhold. Dette kan hænge sammen med, at de fortsat er underlagt skærmtid og -regler, og deres tid på en skærm er skemalagt. De ser ofte film og serier ud fra et ønske om at se "noget", og når de fortæller om de ting, de ser, beskriver de dem ud fra følelser. De fleste af de 7-9 årige har således ikke et genrekendskab og heller ikke ordforråd for det. I stedet taler de om sjove film, spændende film, triste film, og om en todelt forståelse af film som værende enten 'tegnefilm' eller 'menneskefilm'.

Når de yngste søger indhold, sker det i høj grad ud fra den kontekst, situation og følelse, de er i. Som beskrevet tidligere har de 7-9 årige en stærk her-og-nu følelse, der også influerer deres lyst til indhold. Det hele er drevet af stemning, ritual og tidspunkt: Hvor lang tid har jeg på skærmen, hvornår på dagen er det og hvilket humør er jeg i? er nogle af de spørgsmål, de yngste bruger til at navigere sig frem til deres indholdsvalg.



"Når jeg kommer hjem fra skole, så vil jeg bare gerne se noget på Ipad'en."

Ellen, 8 år

40

% af de 7-9 årige har selv valgt at se en film/serie, der ikke var beregnet til deres alder.

Spænding bliver lige så stort som sjov, og uhygge prøves af.

Aldersgruppen er i en overgangsfase, hvor det ukendte så småt udforskes, og hvor interesse for at positionere sig som 'stor' er stor. Dette afspejler sig også i gruppens valg af indhold, hvor kortere formater fungerer som en tidlig bro til det spændende, det ukendte og det, der er sværere at afkode end mere traditionelt børneindhold. Her får man mulighed for at afprøve tiden, der kommer, lidt forsigtigt. Tal fra Filminstitutet* viser f.eks., at 57 % af de 7-9 årige drenge og 66 % af de 7-9 årige piger har prøvet at se en film/serie, der var *for* uhyggelig for dem.

Det virker tydeligt, når de 7-9 årige i undersøgelsen fortæller om de videoer, film og serier, de ser, at grænserne skal testes, og "spænding" bliver et større og større nøgleord hos de 7-9 årige, der sideløbende med "sjovt" indhold fylder de 7-9 åriges skærmtid ud. Direkte uhygge og vold begynder også at blive temaer og indhold, der tiltrækker interesse.

Fællesnævneren er, at de er begyndt at søge indhold og fortællinger, der udfordrer dem. Når de oplever, at de er 'vokset fra' noget bestemt indhold, peger de på, at de ikke længere finder handlingen spændende, og at de ikke på samme måde som tidligere fanges af handlingen. Det er alt fra 'Paw Patrol' til 'Far til Fire', der fremhæves i den kontekst.

*"Vidste du? Om de 7-14 årige", Det Danske Filminstitut, 2022

7-9 ÅRIGE OG GENRER, KARAKTERER OG TEMAER



“Jeg var hjemme hos en af mine venner, hun holdt pigefødselsdag, så skulle vi se et eller andet uhyggeligt. Det gad jeg ikke at se, så mig og min ven vi tog et tæppe over hovedet, og byggede en lille hule af det.”

Alma, 8 år

Indholdsmodige, men ikke overmodige.

Selvom en stor del af de 7-9 årige søger spænding, action og indhold med blod, virker der alligevel til at være en påpasselighed med, hvornår det bliver for meget.

Det er nemt at blive præsenteret for indhold, der er for uhyggeligt, og især i en børnegruppe der søger grænser, er det ofte med venner, at grænserne søges. Det kan være gennem alt fra film, serier, videoer og spil, hvor de 7-9 årige introduceres for handlinger, der kan opleves som uhyggelige. Her fortæller flere i aldersgruppen dog, og særligt pigerne, at de godt kan finde ud af at slukke og skifte væk fra uhyggen, hvis det bliver for meget.

Voksne er uinteressante - men temaerne må gerne føles voksne.

Der er en klar tendens til, at de yngste helst ser indhold med karakterer, der er ældre end dem selv. Dette forklarer de 7-9 årige med, at det er mere "spændende" at se noget om nogen, der er ældre end en selv. Flere pointerer dog, at det er vigtigt, at karaktererne stadig er børn eller unge, og ikke voksne. De 7-9 åriges besvarelser og refleksioner indikerer således, at der er et stort ønske om at kigge fremad, hvorfor temaerne også gerne må føles lidt 'voksne'. Der må f.eks. gerne være elementer af kærlighed, fordi det er lidt spændende, men det skal være på et niveau, hvor det ikke er for udtalt.

De yngste er så småt ved at stifte bekendtskab med mere voksne film og indhold, og ser bl.a. Marvel og andre film med deres forældre. Herfra har de også stiftet bekendtskab med større udenlandske produktioner, hvor særligt drengene bemærker (i sammenligningen med dansk film), at udenlandske film har flere – og større - eksplosioner.

Kigger man på, hvad der gør en karakter interessant for denne målgruppe beskriver flere, at hemmeligheder er spændende, eller hvis karakteren deler et interessefællesskab med børnene. Dette gælder uanset, om det er film, serie eller en YouTube-video.

"Jeg vil ikke have voksne, altså så bliver det lidt for seriøst. Jeg kan bedre lide dem, der er teenagere eller lidt ældre, bare 18, men så bare ikke ældre. De har lidt mere humor."

William, 8 år

“Darth Vader er sej... lyssværdet, masken og måske fordi han styrer hele hæren”

Emil, 8 år



Happy-go-lucky historier må gøre plads til mere nuancerede karakterer og motiver.

En vigtig adfærd hos det yngste publikum er, at de foretrækker et vist tempo i deres indhold, og godt kan lide at opleve udvikling i de karaktererne. Måske fordi de med deres forældre er begyndt at se film, der ikke er deciderede børne- eller familiefilm, er de yngste også begyndt at blive interesserede i handlingsforløb, der ikke nødvendigvis ender til fordel for 'den gode' karakter. Nuancerede karakterer bliver således interessante for gruppen.

"Børnefilm de ender godt, og voksenfilm de ender nogle gange godt eller dårligt - min far han ser nogle film, hvor det faktisk ender dårligt for de gode", som en 8-årig ræsonnerer sig frem til.

Men selvom de er begyndt at få øjnene op for film, der ikke er lavet til deres aldersgruppe, kan der stadig være en nostalgisk vej tilbage til de mere klassiske børnefilm. Det er især mindre søskende, der bliver en billet ind til mere barnlige indslag, hvor alting som regel ender godt.

DE 10- 14 ÅRIGE:

Åbenheden for originale og personlige film er ofte større end chancen for at finde dem.

Genrekombinationer er mere interessante end de klassiske rammer.

De 10-14 årige er i fuld gang med at afprøve forskellige former for indhold for at finde deres smag. I den forbindelse ses en tørst efter kreativt og originalt indhold, hvor de mere klassiske og genretunge film og serier opfattes som gammeldags og lidt kedelige. I en hverdag fuld af originalt indhold på tværs af forskellige platforme og medier kan de mere genretunge film nærmest opleves som uoriginale, fordi de hurtigt opfattes som forudsigelige. De 10-14 årige eftersøger i høj grad indhold, der bryder med grænserne for de mere traditionelle fortællinger, og dermed kan overraske dem. Hvor de 7-9 årige ikke havde et sprog for genrer, er de 10-14 årige gået i gang med at lege med genrekoder og indarbejder dem i deres sprog, hvor de bruges til at forklare, hvilke elementer, der gerne må indgå i det ønskede indhold.

Film og serier der tør overskride genrer, fremhæves af gruppen som moderne og kreative, men blandingen af genrer har dog visse forholdsregler, og balancen er alfa-omega. Det hele handler om dosering, da det er kombinationen, der gør indhold spændende. Flere af de 10-14 årige i undersøgelsen nævner titler som 'Stranger Things' eller 'Flash' som titler, der har lykkedes med en god kombinationen, og her lægges der især vægt på genreblandingen, der både indeholder uhygge, coming of age, kærlighed, action og drama. Det er attraktivt for aldersgruppen, når der er lidt af det hele og ikke for meget af en bevidste genre. Faktisk bare lidt af det hele, tak.



“Jeg synes det er vigtigt for en film, at den har en blanding af det hele.”

Frida, 12 år



“Jeg kan godt lide ‘Stranger Things’ og ‘Flash’ fordi de har nærmest alle genrer med i det. Og så synes jeg bare, det er rigtig sjovt at se, hvor det er uhyggeligt spændende, men ikke for uhyggeligt.”

Linea, 13 år

“Det er mest
hvordan
karakterens
personlighed
er”

Hjørdis, 13 år

Karakterernes udseende er sekundært, følelserne vigtigst.

Når de 10-14 årige taler om gode og spændende karakterer, er ordet “ægte” ofte en del af samtalen. For denne gruppe er en ægte karakter på en troværdig og realistisk indre rejse, og optræder helst ikke i en 1:1 spejling af gruppens kendte fysiske hverdag. Mange af de 10-14 årige peger på, at det ikke er vigtigt for dem, at karaktererne ligner dem selv – hverken i alder eller udseende. I stedet er der stort fokus på de indre følelser, hvilket harmonerer godt med gruppens egen hverdag, hvor præpuberteten er stærkt præget af fysiske forskelle. Piger og drenge rammer puberteten på forskellige tidspunkter, og det er ikke unormalt, at der kan være flere hoveders højdeforskelle mellem klassekammeraterne. Derfor er fokus og fællesskaber mere forbundet til indre ligheder, idet ydre forskelle er helt normale. I forhold til film og indhold betyder det, at de 10-14 årige primært vurderer karakterer ud fra deres handlinger, situationer og følelser, der kan skabe empati eller apati hos det unge publikum.

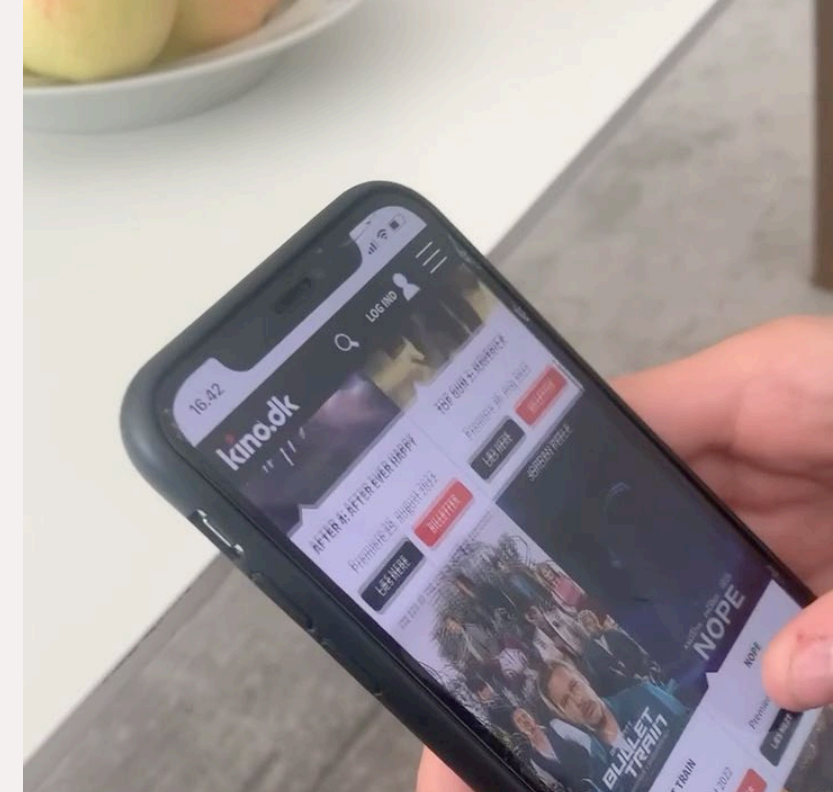
Det store fokus på indre identifikation i værdier og følelser gælder både i fortællinger, hvor hverdagskonteksten ligner den for en 10-14 årig dansk ung, og i de fortællinger, hvor universerne er markant anderledes end en dansk hverdag. Her betyder det ikke det store om karakteren er en dansk 13-årig pige, som en selv, en thailandsk highschool elev eller en fuldvoksen troldmand, der er personificeringen af drømme i superhelte serien ‘The Sandmand’. Han kan nemlig lære én, at selvom “han er meget magtfuld” så “laver han også ofringer”, som en 13-årig pige forklarer.

Larmende thumbnails snyder swipegenerationen for originalt indhold.

En meget indgroet vane med hurtige hænder og hurtige valg resulterer i, at de 10-14 årige ofte springer indhold over, der ellers matcher deres præferencer og smag rigtig godt.

Uanset om der skal vælges film, serie eller YouTube-video, så er det oftest thumbnailen, der bruges til at vurdere indholdet. Og det skal gerne gå lidt stærkt. De 10-14 årige er meget fokuserede på, "at der skal ske noget" i film og serier for at fange deres opmærksomhed, og de spilder ikke meget tid på ord og indholdsbeskrivelser. På samme måde kigger de heller ikke efter genre, men navigerer udelukkende efter plakat. Den meget swipevante gruppe er mestre i at navigere gittersystemer med thumbnails, og bruger godt et sekund på at vurdere, om indholdet bag billedet er værd at bruge tid på eller ej. Her vinder særligt billeder, der tydeligt signalerer spænding, action og genkendelighed – selv om gruppen ellers er interesseret i mere originale genremix og brud med kendte konventioner.

Fænger billedet, rammer næste vurdering efter de første fem minutters indhold. Stop eller go. De fleste tager hellere chancen og hopper videre end at bruge tid på at sætte sig ind i handling ved at læse beskrivelsen eller se traileren. For serier og videoer er betænkningstiden markant kortere.



Amina, 13 år, scroller igennem udvalget på Kino.dk.

Researcher: Hvad med der her (NOPE)?

Amina, 13 år: Nej.

Researcher: Hvorfor ikke den?

Amina, 13 år: Den ser bare kedelig ud.

Researcher: Det er faktisk ham, der også har lavet "US" (Aminas yndlingsfilm) og det er faktisk en gyserfilm (Aminas yndlingsgenre)

Amina, 13 år: Ej

Temaerne er mere interessante, når de har kant, føles voksne og repræsenterer forskellige kulturer.

Blandt de 10-14 årige er der stor interesse for indhold, hvor både temaer og karakterer smager voksent. Eftersom gruppen selv er i en udviklingstid, hvor følelser og identitet er i konstant udvikling, og derfor er det interessant for dem, når indhold og fortællinger giver historier, der er grænsesøgende, føles voksent og gerne repræsenterer forskellige kulturer og hverdage, som man på afstand kan smage på og se andre prøve af.

Særligt for de deltagere i undersøgelsen, der har en anden etnisk baggrund end dansk, fylder spørgsmålet om repræsentation meget. Her peger flere af eleverne i en 8. klasse i Vejle på Shorta som en dansk film, de godt kunne lide, fordi castet fik filmen til at føles mere relevant.

På tværs af de 10-14 årige er der overordnet set stor interesse for indhold, der ikke er dansk, og både indre og ydre identifikation fremhæves i udenlandsk indhold. Flere af pigerne er fascinerede af K- og T-drama, hvor de oplever, at de virkelig kan spejle sig i karakterernes følelser, og flere af deltagerne med anden etnisk baggrund oplever overordnet set, at film og serier fra deres forældres hjemlande føles mere relaterbart.

”I det mindste er der indvandrere med i den”

Mousa, 8. klasse

DE 15- 18 ÅRIGE:

Trods stor
genrebevidsthed
næres unge bedre af
karakterer end
historier.

Stor bevidsthed om genreelementer, men ikke genrefans.

Medieformater og genrer glider sammen, og de 15-18 årige er overvejende ikke genrefans, men har - i kontrast til de yngre aldersgrupper - udviklet en god forståelse for genrelementer, og hvad der adskiller de forskellige genrer fra hinanden.

Vi ser ligeledes en stor variation udi hvilken slags indhold, aldersgruppen engagerer sig i. Det kan være relaterbart og jordnært indhold; det kan være noget, der bare er sjovt; det kan være dramatisk indhold, hvor man kan drøfte budskabet eller det kan være abstrakte og udfordrende universer. Alle disse forskellige universer og genretraditioner lever fint sammen, og de 15-18 årige giver ikke udtryk for, at de behøver en stram genreidentifikation. Her er det mere uforudsigelige karakterer og fascinerende universer, der adskiller sig fra egen hverdag, der fremhæves.

Smagen er generelt meget bred og alsidig i gruppen, og det fremstår tydeligt, at genrer ikke anses som et navigationsredskab for aldersgruppen på samme måde som for ældre generationer.

TRE UNGES GENREKOMMENTARER:

"Genrer? Det er virkelig forskelligt. Bare der er en happy ending, og der er gode skuespillere."

"Mest til komedier. Men også kærlighedsfilm og dramaer – og film med mord. Også film om virksomheder. Det er alt efter humør."

"Jeg har ikke en favoritgenre, jeg skal bare undgå gys, dokumentar og gamle film."



"Jeg kan godt lide Shutter Island, Harry Potter og Jonas Risvig".

Caroline, 18 år

En jagt på store følelser, der mærkes hurtigt.

“Da jeg var yngre, så jeg mere gysere, fordi jeg ikke var så intellektuel - så der kunne jeg i hvert fald mærke noget. Men nu ser jeg alt. Særligt hvis det er sjovt.”

Hossain, 18 år

På tværs af de 15-18 årige er det kendetegnende, at gruppen søger følelsesladet - men varieret - indhold, der gør det nemmere for dem at **“mærke noget”, der ellers kan være svært i en tid, hvor de har travlt og føler sig presset af både den indre og ydre verden.** Derfor skal indholdet også kunne mærkes hurtigt, for tid er den evige faktor for denne gruppe.

Der må gerne “ske noget”, som kan distrahere, og gerne på måder der kan virke overdrevne for det voksne publikum. Vilde reaktioner, cliffhangers og store emner såsom død, kærlighed samt grænsesøgende indhold fungerer alle på lige fod, men fællesnævneren er, at det gerne må være sjovt.

Mange taler om fascinationen ved universer, der er HELT anderledes end eget liv, hvor hverdagen kan parkeres for et øjeblik. Det må dog ikke være for svært at komme ind i fortællingen, da interessen ellers mistes hurtigt. Derfor er det heller ikke overraskende, at ordet **“sjovt”** sandsynligvis er det, der oftest anvendes, når de unge beskriver godt indhold, og at de er skrappe tidsøkonomer, der både har en voldsom travl hverdag, og utallige skærmalternativer, hvis de første par minutter ikke sidder lige i skabet. Den korte tidshorisont betyder ikke en manglende interesse i originalitet og dybde, men et soleklart underholdende perspektiv er altid et nødvendigt element, som kun bliver vigtigere, jo længere formatet er. Det vil sige, at det umiddelbare underholdningskrav til film er større end til de kortere serier.

15-18 ÅRIGE OG GENRER, KARAKTERER OG TEMAER

Karaktereksplosion er bedre end karakterudvikling.

Med stort fokus på at samle reaktioner i stort set alle vågne timer, har de 15-18 årige en anden forventning til hastigheden i karakterernes udvikling i både film og serier. Udviklingen skal stadig baseres på troværdige årsager, men det er ikke ensbetydende med, at det skal (læs: kan) gå langsomt. En god karakterudvikling foregår ikke i en næsten umærkelig bevægelse, men i spring eller mærkbare eksplosioner.

Dette kan ske enten ved en bevægelse fra A-B på ingen tid eller fra A-Z over lidt længere tid. Walter White der breaker bad allerede kort inde i første afsnit af første sæson og ender stik modsat af det, han startede som, gør begge dele, og er da også en yderst populær karakter blandt de 15-18 årige i undersøgelsen.

”Altså det der med, at nogen udvikler sig helt vanvittigt, det kan jeg rigtig godt lide. Gerne sådan totalt grænseoverskridende.”

Jonas, 16 år

Et massivt karakterfokus gør den store historiebue sekundær.

Når de 15-18 årige skal beskrive hvilket indhold, der optager dem, er det særligt bemærkelsesværdigt hvor stort fokus gruppen har på karakterer, og hvor lidt fokus der er på historie, plot og temaer.

Mange forskellige karaktertyper kan fange aldersgruppen, men der er en tydelig appetit for meget grænseoverskridende typer - antiheltene -, hvor man ikke nødvendigvis kan være helt sikker på karakteren og dennes moralske kompas. De fængslende, fascinerende og interessevækkende karakterer står uden tvivl tydeligst frem blandt undersøgelsens deltagere.

Eksempelvis dukker internetpersonligheden Andrew Tate op i nogle af samtalerne med aldersgruppen. Han er svær at blive klog på for mange unge. Er han oprigtig, eller er det faktisk for sjov? Har han en pointe, eller er det hele fuldstændig over stregen? Selv om han er kendt for uhørt sexismen, var selv en del af pigerne i undersøgelsen delvist draget af ham, da han som karakter skaber enorme reaktioner, og fordi usikkerheden i sig selv er dragende og relaterbar i en livsfase, hvor tvivlen om egne præferencer og identitet råder.



“For at komme ind i en *helt* anden verden.”

Astrid, 16 år, om hvorfor hun ser film og serier

Stor interesse for universer med spørgsmål, de selv har svært ved at formulere.

Indhold der følger logikken “bare det var mig”, eller “godt det ikke er mig”, er særlig populær blandt de 15-18 årige, fordi det let artikulerer en række spørgsmål, de unge har lyst til at stille sig selv, men ikke har livserfaring til selv at formulere. Her har reality-indhold en stærk tiltrækning, men også dokumentar og fiktion kan byde på noget – særligt hvis det udfoldes i et miljø, der adskiller sig meget fra den kendte hverdag, så de unge både kan distancere sig en smule, og samtidig fokusere på det større metaniveau.

Ordet “psykologisk” anvendes flittigt, når man taler indhold med de 15-18 årige, for der er en høj grad af psykologisk spejling i spil, når denne aldersgruppe bruger tid med indhold. Der tegner sig et klart billede af, at gruppen tematisk orienterer sig mod indhold, der i højere grad giver dem viden om livet, end viden om verden.

De 15-18 åriges ytringer stemmer godt overens med medieforskning, der viser, at børn og unge ofte er meget interesserede i alternative verdener, universer og præmisser. Genrer og greb såsom magisk realisme, sci-fi eller fantasy kan for aldersgruppen fungere som en uproblematisk indgang til læring om det gode liv, relationer og værdier.

Nutidsfortællinger kræver høj grad af autencitet, samtidig med at de fascinerer.

De 15-18 årige har udviklet et særligt forhold til tid og identifikation, når det kommer til film og serier. Her opleves nutiden som den sværeste øvelse at få helt rigtig på skærmen, når man taler med gruppen. Fortid, derimod, oplever flere i gruppen som spændende, fordi det kan lære én noget om kollektive erindringer, og hvordan verden har set ud før ens egen tid, eller hvorfor verden ser ud, som den gør i dag. Desuden fremstår de unges behov og interesse for nostalgi i indhold nærmest som umætteligt.

Fremtiden oplever gruppen som spændende, fordi den giver indblik i mulighedsrum, hvor fantasi, kreativitet og ambitioner kan få liv. Men hvad angår nutiden, dér er de unge selv eksperterne og afkoder øjeblikkeligt, når **de registrerer inautentiske nutidsfortællinger. Dette er en oplevelse, flere peger på, især når samtalen lander på indhold, der søger at portrættere den virkelighed, unge selv lever i.**

Nutidsfortællinger bliver dog igen interessante, når **det genkendelige møder det ukendte og interessevækkende med et udviklingspotentiale**, som man kan spejle sig i. Hér nævner flere 'Euphoria' som et godt eksempel, selvom fortællingen foregår i USA og i en dramatiseret udgave af den virkelighed, de selv kender.

“Jeg syntes bare på en eller anden måde, at de film og serier der handler om nutiden, er dem der siger mindst. Det er mere interessant med fortiden og fremtiden”.

Mathilde, 18 år

Genrer, karakterer og temaer.

Opsummering: Fra 'bare se noget' til smagspræferencer.

På tværs af de 7-18 årige er der større interesse for karakterer end for historiebuer. Fælles er, at alle aldersgrupper foretrækker indhold med karakterer, der er ældre end dem selv, så de kan få en tryk smagsprøve på tiden, der kommer. Alder er ikke afgørende for, om en karakter føles relaterbar, da der er mere fokus på følelser samt egen og andres reaktioner. Temaerne må gerne have kant, selv hos de yngste, og fælles er, at alle tre grupper søger grænser og nye universer i de fortællinger, de engagerer sig i. De vil gerne have indhold, der gør det let at kunne mærke sig selv, og det finder de primært i indhold, som ikke ligner egen hverdag.

De 7-9 årige navigerer ikke efter genrer, men drives af en overordnet lyst til at 'se noget', som kort sagt betyder tilladelse til skærmtid. Sjovt indhold er mest værdsat, men spænding og uhygge afprøves, fordi voksenteamaer så småt bliver interessante – dog ikke fremstillet igennem voksne karakterer. En snigende bevidsthed om, at film, der altid ender lykkeligt, er børnefilm, indfinder sig, og gruppen bliver mere klar til udfordrende narrativer. De er modige med "farligt" indhold, men samtidig påpasselige, og de fleste ved, hvornår de skal slukke.

Hos de 10-14 årige er der kommet en bevidsthed om genrelementer, men film og serier fungerer bedst, når man kan få lidt af det hele på samme tid. Gruppen er interesseret i indhold, der føles unikt, men deres valg præges af en swipekultur, hvor selv unikt indhold hurtigt vælges fra. Karakterer skal vise følelser og udvikling mere end fysiske ligheder. Repræsentation bliver et parameter, og gruppen oplever, at både indre og ydre repræsentation er stærkere i udenlandsk indhold end i dansk.

De 15-18 årige har bred smag, og de færreste ser sig selv som genrefans. De søger store følelser, der mærkes hurtigt, og er bl.a. derfor drevet af voldsomme karakterudviklinger. Netop fordi deres primære interesse er i karaktererne, fylder de store, klassiske historiebuer ikke meget for denne gruppe. De er i stedet interesserede i fortællinger og universer, der formulerer nogle af de eksistensspørgsmål, gruppen selv går rundt med, som kan være udfordrende selv at sætte ord på.

Dansk film.

På tværs af de 7-18 årige er der en stigende interesse for udenlandsk indhold, hvilket afspejles i deres publikumsadfærd, hvor danske film og serier sjældent er førstevalget. I dette afsnit kortlægges de 7-18 åriges tanker om og forhold til danske film og serier.

DE 7-9 ÅRIGE:

Det talte sprog er den eneste markør, filmens oprindelse vurderes ud fra.

Mor:

"Og er der en dansk film, du ikke så godt kan lide?"

Amil, 8 år:

"Paw Patrol, for jeg synes, jeg er blevet for stor til den."



Dansk tale er vigtigere end dansk indhold.

De færreste 7-9 årige i undersøgelsen hæfter sig ved genrer, skuespillere, æstetik og oprindelsesland. En film er bare en film, og er sproget dansk, opleves filmen dansk. Selv hvis de tillagde den danske oprindelse betydning, ville de stadig have svært ved at identificere det i det konkrete indhold. Dette ses bl.a. ved, at de fleste har svært ved at vurdere, hvilke animationstitler, der er danske, hvis de er set på dubbet dansk. Generelt er forskellen mellem "dansk indhold" og "udenlandsk indhold" ikke noget, der overhovedet optager gruppen, udover at de naturligvis gerne vil kunne forstå det talte sprog.

Når det kommer specifikt til film og serier, foretrækker de 7-9 årige indhold med dansk tale, hvilket handler meget om deres sprogkunderskaber. De ser primært indhold på dansk og mange ser animationsfilm. Flere af børnene giver dog udtryk for, at de godt kan se lidt indhold, såsom klip, videoer og reels på fremmedsprog og/eller ingen undertekster, da dette repræsenterer en mere tilgængelig udgave af indhold, de normalt ikke ville begive sig ud i. Det er dog også værd at bemærke, at de 7-9 årige godt kan finde interesse i indhold på sprog de ikke forstår, og russisk eller engelsk der går for stærkt (både i tale og tekstning) kan godt være udmærket underholdning alligevel.

Der er dog alligevel ét punkt, hvor gruppen oplever en forskel på danske film og udenlandske film: eksplosioner. Her fortæller flere af de 7-9 årige (især drengene), at eksplosioner i udenlandske film er vildere og større end i danske film.



"Jeg synes det er lidt bedre, hvis jeg kan forstå det."

Mads, 8 år

Danske film er hyggelige – men ikke nødvendigvis mere end andre film.

Når de 7-9 årige fortæller om deres forhold til film, står det tydeligt frem, at film primært opleves som en social aktivitet. Film er indhold, man ser sammen med andre. Dette er ikke anderledes, når gruppen fortæller om danske film. For de 7-9 årige forbindes dansk film først og fremmest med ord som 'familie' og 'hygge', og her er dansk film blevet symbol på en fællesoplevelse i familien.

Tal fra Filminstituttet understøtter denne publikumsadfærd, og hvor kun 10 % af 7-årige ser film alene, ser omkring 30 % af de 7-årige serier alene*. Film er altså en udtalt social oplevelse, der hænger sammen med familie. Her adskiller danske film sig ikke fra andre film.

Flere af de 7-9 årige i undersøgelsen gør meget ud af at fortælle om de ritualer, de har i deres familie forbundet med at se film sammen. Flere nævner eksempelvis "Olsen Banden", "Far til fire" og "Krummerne" som film, de godt kan lide at se med deres familie. Det er interessant, at på trods af, at flere af de 7-9 årige ser mange film på dansk, vender de tilbage til de mere klassiske titler, når de skal fortælle specifikt om dansk film.

*"Vidste du? Om de 7-14 årige", Det Danske Filminstitut, 2022



"Vi ser ret tit 'Olsen Banden' i weekenderne. Dér kan jeg godt lide at se 'Olsen Banden' til aftensmaden eller efter aftensmaden."

Dicte, 8 år

DE 10- 14 ÅRIGE:

Fascinationen findes i stigende grad i udenlandske hverdagsfortællinger med et twist.

“Siden jeg ikke synes engelsk er svært længere, så kan jeg bedre lide dem.”

Frida, 5. klasse, om udenlandske film og serier

Nye sprogkundskaber giver en større indholdsverden.

De 10-14 årige afsøger i disse år overvejende til udenlandsk indhold fremfor dansk indhold. Denne tendens afspejles ligeledes i Filminstitutts egne tal*, der viser, hvordan børn og unge på tværs af køn fra 10-års alderen begynder at orientere sig mod udenlandsk indhold i stigende grad. Blandt aldersgruppen lader der til at være klare præferencer for alt andet end dansksproget indhold. Når deltagerne i undersøgelsen skal forklare, hvad de oplever som de vigtigste forskelle mellem dansk og udenlandsk indhold, bruger flere ord som ‘spændende’, ‘større’ og ‘bedre skuespillere’ om udenlandsk indhold, hvor dansk oftest kun beskrives efter kategorierne ‘kedeligt’ eller ‘sjov’.

Når de 10-14 årige i undersøgelsen fortæller, hvorfor udenlandsk indhold (på engelsk eller med engelske undertekster) hitter hos dem, handler det først og fremmest om deres nye sprogfærdigheder, men også om en ny nysgerrighed på en større verden. I perioden fra 10 til 14 år begynder mange at have markant lettere ved at tale, læse og forstå engelsk, og herved åbnes et langt større udvalg af film og serier. De er ikke længere begrænsede af, at indhold skal være på dansk, for at de kan forstå det, og de søger mod nye fortællinger og genrelementer, som de ikke kan finde i dansk film. Her beskriver flere, hvordan de ikke kan pege på en dansk actionfilm eller en dansk film med magi, der er elementer, der ellers tiltrækker deres nysgerrighed i udenlandske produktioner.

*"Vidste du? Om de 7-14 årige", Det Danske Filminstitut, 2022

Danske film er ikke lige så store og vilde som udenlandske produktioner.

Hvor de 7-9 årige er fascinerede af – og bemærker – større eksplosioner i udenlandske produktioner, peger de 10-14 årige også på en oplevelse af større muskler i udenlandske produktioner. En 13-årig dreng rationaliserer sig eksempelvis frem til, at der jo bor flere mennesker i USA, hvorfor der også må være flere kreative hoveder, der kan skabe bedre film.

På tværs af de 10-14 årige er der en oplevelse af, at udenlandsk – og særligt amerikansk - indhold kan levere mere, når det kommer til produktioner. Her peges der på, at der altid er både større og bedre action-sekvenser i udenlandske film, og at både kulisser og visuelt udtryk opleves "bedre". Udover et større udvalg af indhold og større produktionsbudgetter, åbner det engelske sprog også for nye store **internationale kilder til inspiration og større universer.**

Mange i denne aldersgruppe introduceres for underholdning gennem TikTok, hvor de hurtigt kan blive kloge på, hvad der trender. Grundet platformens internationale natur bliver brugerne også i højere grad eksponeret for udenlandsk indhold end dansk. Det er bl.a. TikTok, der har præsenteret flere af de unge i gruppen for indhold inden for T-, C, og K-genrer.

"F.eks. Marvel Studios, og Hollywood film, det er jo helt perfekt godt lavet. Det er jo mange penge brugt i det.

Til forskel hvis det er et dansk studio, så er der jo ikke brugt lige så mange penge i det."

Viggo, 11 år



Fascination findes både i følelser og kulisser.

I takt med at interessen for udenlandsk indhold stiger, oplever flere af de 10-14 årige, at danske film og serier ikke er lige så interessante. Når de 10-14 årige sætter ord på, hvad der lader til at være problemet med danske film og serier, er det oftest rammerne for indholdet, der nævnes. Der er en større fascination blandt gruppen, hvis den visuelle ramme for det indhold, de ser, ikke ligner den kendte hverdag 1:1 for meget. Gruppen vil nemlig gerne kunne spejle sig i mere end hverdagen, og de leder efter fascination og identifikation i både følelser og situationer.

Flere af de 10-14 årige i undersøgelsen piger beskriver, hvordan udenlandske rom-coms og K-drama highschool serier er et hit, og her fremhæver de handlinger med romantik og dybe følelser, klassiske ungdomsdramafortællinger og lignende. Tematikkerne er således hverken nye eller opfindsomme, men er derimod pakket ind i en hverdag, der føles særlig, eksotisk og anderledes. Her tydeliggøres det, at de unge leder efter følelser og reaktioner, som de kan spejle sig i, samtidig med at det er vigtigt for dem, at der er elementer, der føles anderledes og tilbyder dem et twist på den kendte hverdag. Det er dog ikke kun internationale produktioner, der kan give det unge publikum denne oplevelse, og også The Rain og Ternet Ninja fremhæves som eksempler, hvor de 10-14 årige har kunnet spejle sig i en hverdagsfortælling med et tydeligt twist.


”Jeg kan måske relatere mere til det danske, men jeg synes bare det udenlandske er mere spændende.”

Emine, 13 år

Danske SoMe profiler tilbyder inspiration, fællesskab og humor i hverdagen.

Hvor gruppen udtrykker skepsis over for danske film og serier, er det noget andet med dansk indhold på YouTube. De 10-14 årige er storforbrugere af YouTube, hvor de indgår i fællesskaber drevet af interesse og fascination. Flere af deltagerne følger mange danske profiler, og de ser op til danske influencere, Youtubere og TikTok'ere.

YouTube er spækket med sjove videoer, der tiltrækker de 10-14 åriges opmærksomhed, men de er også tiltrukket af kanaler, der giver tricks til spil, man selv spiller, skills-videoer inden for bl.a. krea-universer, sport eller challenges, man gerne vil være med på. Flere af de deltagende fremhæver den danske YouTuber Morten Münster som en særlig interessant profil, idet de oplever, at han taler med sit publikum og ikke til sit publikum, hvilket tydeliggøres gennem stærke fællesskabsreferencer, humor og reaktioner i sine videoer.



"Hvis jeg er sur, så kan Morten altid få mig til at grine. Han er mega sjov, når han spiller 'Minecraft' eller 'Roblox', fordi han reagerer på det, der sker. For eksempel siger han 'Årgh, der var det monster og så noget'."

Frida, 10 år

Forestillingen om Dansk Film sidder fast i fortiden.

Når man beder de 10-14 årige reflektere over dansk film, er det interessant at se, at de fleste udelukkende refererer til titler, der ikke er fra de unges tid. Her er det i stedet "Olsen Banden", film med Dirch Passer og de første "Krummerne" der hives frem som eksempler på dansk film. Dette på trods af, at de fleste af de deltagende f.eks. har set Ternet Ninja inden for de sidste par år.

Dansk film, eller forestillingen om dansk film, virker således til at sidde fast i en fortidsforståelse, hvor dansk film som kategori primært forbindes med de film, der ses derhjemme med familien. Her bliver film med en klassisk dansk humor go-to for fællesoplevelsen, fordi dansk humor er med til at binde familien sammen.

"Jeg kan rigtig godt lide gamle danske film, eller alt med Dirch Passer, fordi han er mega sjov. Eller den med piger, der bliver soldater."

Lulu, 10 år

DE 15- 18 ÅRIGE:

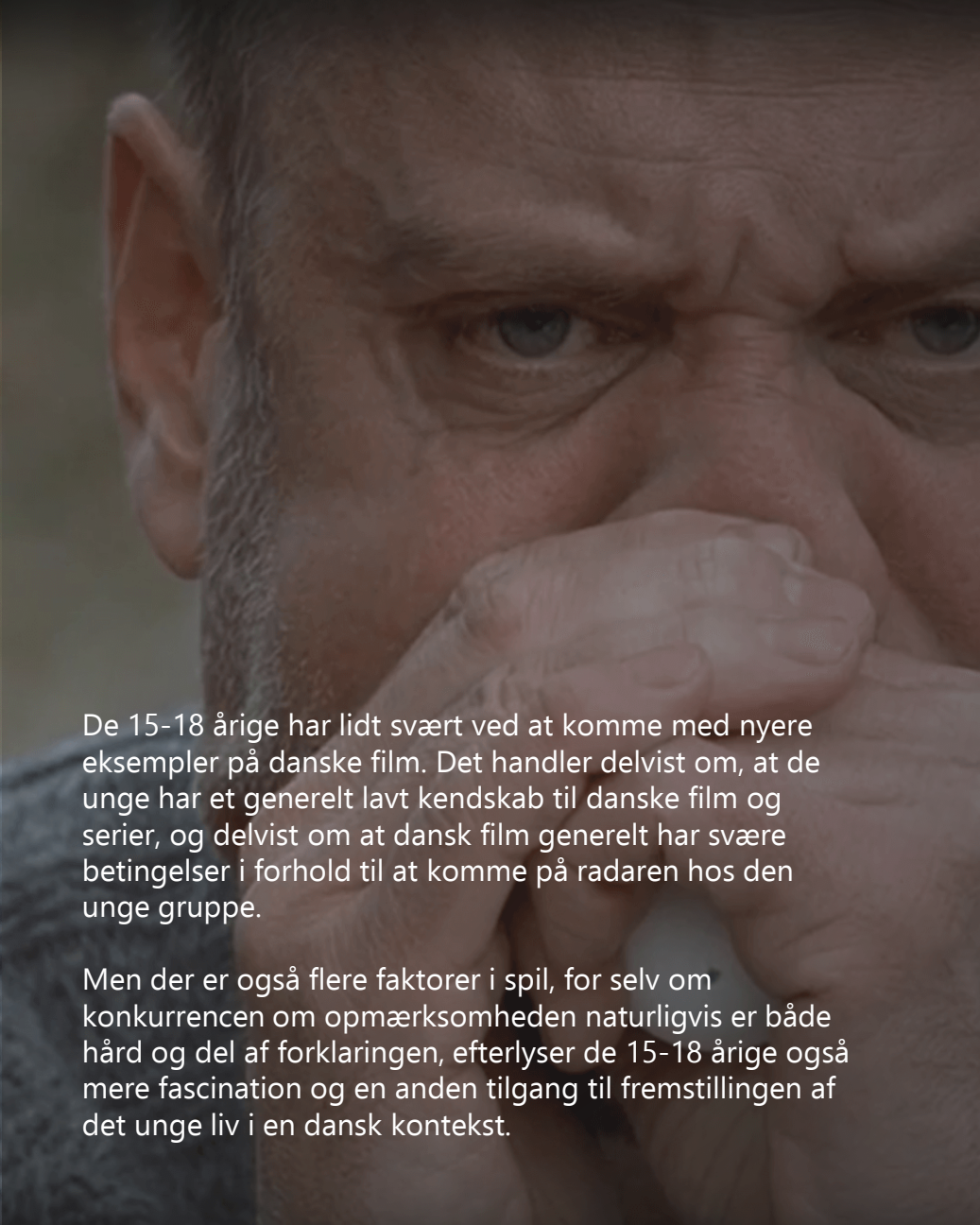
Danske film har et troværdighedsproblem og kan opleves kedelige.

“Der er da ok ting på dansk. F.eks. ‘Blinkende Lygter’. ‘Matador’ er også meget godt og Dirch Passer er sjov.”

Sabine, 18 år

“Jeg har ikke set mange danske film og serier, der har været dårlige - for jeg ser ikke så ofte dansk.”

Sara, 17 år



De 15-18 årige har lidt svært ved at komme med nyere eksempler på danske film. Det handler delvist om, at de unge har et generelt lavt kendskab til danske film og serier, og delvist om at dansk film generelt har svære betingelser i forhold til at komme på radaren hos den unge gruppe.

Men der er også flere faktorer i spil, for selv om konkurrencen om opmærksomheden naturligvis er både hård og del af forklaringen, efterlyser de 15-18 årige også mere fascination og en anden tilgang til fremstillingen af det unge liv i en dansk kontekst.

Dansk fiktion savner fascination.

Flere af de 15-18 årige i undersøgelsen nævner, at de bedste film og serier har evne til at **"tage mig langt væk"** med karakterer, miljøer og verdener, der har meget, meget lidt med eget liv at gøre. Dette kan ses som udtryk for et stort behov for eskapisme, hvilket kan ses som et udtryk for den massive mængde af unge, der mistrives med stress og angst, og som søger pauser fra hverdag og virkelighed. En anden faktor, der også spiller en stor rolle, er, at mange af de 15-18 årige oplever dansk indhold som **kedeligt**.

Når gruppen selv sætter ord på, fremhæves det af flere, at settingen i danske film og serier ofte er for genkendelig, og at genkendeligheden fjerner noget af det magiske og overraskende, der i høj grad efterspørges. Flere beskriver, at historien nærmest er givet på forhånd, og den voldsomme udvikling af karaktererne virker oftest **besynderlig, hvis det foregår i et univers, der er tro mod virkeligheden**.

Selvom de unge søger identifikation i film og serier, viser deres publikumsadfærd, at de i høj grad også søger fascination. Sociale medier og reality-tv har gjort konkurrencen om identifikation hård, fordi de nyere platforme har overtaget en mere 'ægte' identifikation, der kommer fra 'rigtige' mennesker og ikke skuespillere. Fascinationen finder de 15-18 årige i dag ofte i større produktioner, der bygger på store, dyre universer, som de danske budgetter ikke kan konkurrere med.

"Hvorfor skulle jeg se noget om en 17-årig, der går på gymnasiet i Danmark, når det er det, jeg selv gør. Jeg ved jo *alt*, der kan komme til at ske?"

Andreas, 17 år, gymnasieelev.

Dansk socialrealisme opleves tit som fake, og er overhalet af sociale medier.

Selv om mange af de 15-18 årige demonstrerer, at deres referencer til danske film og serier er meget få, ofte meget gamle, og at dansk film generelt beskrives som ret kedeligt, viser de unges brug af andre indholdsformer, at dansk indhold også er super populært. Skepsis for klassisk dansk indhold stiger, når de unge kommer op i alder - mens det omvendte er tilfældet med influencers og Youtubere. Det samme gælder reality shows med danske deltagere.

I disse formater kan de unge mere oprigtigt spejle sig i andre, fordi det er rigtige mennesker, der faktisk afprøver grænser. Der er ganske enkelt mere på spil. Også selv om det er iscenesat på en paradisisk strand. Mens mange i ældre generationer aldrig kunne drømme om at sammenligne influencers og reality med fiktion og social realisme, er dette ikke en opdeling, de unge følger. For dem er følelser og reaktioner meget mere afgørende end scripts og produktionsbudgetter, og både iscenesat reality og influencers virker tydeligt som stærkere underholdning end den styrede, scriptede fiktion.

Selv om unge bestemt tænker over både karakterer og budskaber i film, medvirker indhold på lokalsprog også til, at de unge ser indholdet gennem et slags "teaterfilter", hvor de hurtigt afkoder sprog, handling og reaktion ud fra deres egen virkelighed. Eller som en respondent formulerer det: **"For mig er film noget, der ikke er ægte"**.

"Sociale medier er selvfølgelig iscenesat, men det ved man jo, så det kan man trække fra, men i film - der er det hele fake."

Isabella, 17
år

”Amerikansk er jo ikke mit modersmål, så jeg bemærker ikke, hvis det ikke lyder realistisk”.

Mathias, 18 år

”Kærlighed for Voksne med Dar Salim, var mærkelig og kejtet i det realistiske og urealistiske. Ved Harry Potter film der ved man, at man går ind til noget fantasi og urealistisk”.

Caroline, 18 år

Dansk hverdag spejles ofte lettere i udenlandske produktioner og ”emotionel realisme”.

’Genkendelighed’ er et ord, der går igen, når de 15-18 årige fortæller om dansk indhold, og ofte er dette en dårlig ting. Det genkendelige er med til at gøre indhold kedeligt og forventeligt, det utroværdige afsløres ved den mindste detalje (sproget er ekstra udsat) og det unge publikum afkoder lynhurtigt, hvorvidt der er tale om moral og læring.

Her har amerikansk indhold en fordel, idet de unge eksponeres i en sådan grad for amerikansk indhold, at det føles genkendeligt. Men da omgivelserne ikke vurderes på, om de er genkendelige - for det *er* de bare ikke - og sproget ikke er modersmålet, ender det amerikanske indhold med at blive bedre til at koncentrere det emotionelle og skabe historier, plots og karakterer, de unge lettere kan følge og identificere sig med.

De unge kan måske ikke genkende Berkeley og har ikke et locker room på deres gymnasium, men de lader til at være ligeglade med den ”faktuelle realisme” og fokuserer i langt højere grad på den ”emotionelle realisme”. Sidstnævnte får bedre plads, når oplevede dårlige replikker, underligt miljø og andre ”fejl” ikke forstyrrer det unge publikum.

Dansk samtidshistorie slår danske ungdomsfilm.

Det er slående, hvor meget en ældre generation af skuespillere nævnes igen og igen, når talen falder på dansk indhold, mens ingen unge skuespillere nævnes overhovedet. Jonas Risvig nævnes ofte som skaber, men ellers er det mere det komplette fravær af danske talenter, der springer i øjnene. Dette indikerer, at indhold til unge ikke behøver at være om unge. Faktisk skal det helst ikke lugte for ungt, da de 15-18 årige oplever det som tilstræbt, og de fanger det med det samme. Det må til gengæld gerne udtrykke en troværdig "samtid", og denne inkluderer også andre generationer. Her er der en interesse for indhold, der binder børn og unge sammen med andre generationer. Et godt eksempel herpå er naturligvis 'Druk'.

Som andre tal og undersøgelser har kortlagt, er 'Druk' meget populær hos det unge danske publikum, og næsten samtlige i denne undersøgelse nævner også 'Druk' som eksempel på godt, dansk indhold. Der er utvivlsomt mere end én årsag hertil. En del angiver filmens humor, og de spørger om den stiller ved dansk (alkohol)kultur. Denne kultur belyses ikke gennem et ungdomsperspektiv, som gruppen ellers oplever i den offentlige diskurs, men derimod gennem fulde, gamle mænd, der måske minder om nogen, man kender - men som opfører sig, som man måske selv kunne finde på eller have lyst til. Desuden kan filmen måske være et eksempel på, at samtidshistorie og den eksplosive karakterudvikling, der tiltaler de unge så meget, ikke udelukker hinanden. I 'Druk' lykkes det, fordi vild karakterforvandling (hjulpet på vej af alkohol) er hele filmens, eksplicitte kreative præmis: Det er overdrevet og sat på spidsen, og dermed måske et sjældent eksempel på karakterudvikling på steroider, der lykkes på dansk, og siger samtidig noget om tiden, uden det opleves som sært eller belærende.



Når de unge fortæller om danske skuespillere, er det massivt skuespillere fra forældrenes generation, der fremhæves som gode og interessante.

Dansk humor kan nå højere end humor fra andre lande.

Når det kommer til dansk film, er der dog nogle positive ting, de 15-18 årige er enige om. Dansk humor kan noget helt særligt. Der er selvfølgelig ingen garanti for, at humor på dansk fungerer, og spørger man det unge publikum, er der mange fejlslagne forsøg. Men når humoren fungerer på dansk, er det sjovere end film og serier fra andre lande. Det samme gør sig gældende for det unge publikums oplevelse af karakterer og plot – når dansk film lykkes, er dette områder, som de 15-18 årige fremhæver som særligt stærkt og unikt ved dansk film.

Der kan dog godt være langt mellem film, der brænder sig fast og betyder noget hos gruppen. Af nyere film nævnes 'Druk', 'Retfærdighedens Ryttere' og 'Alle for Fire'. For det meste er det film af langt ældre dato, der fremhæves, med f.eks. 'Blinkende Lygter', som er yderst populær i gruppen, men også 'Olsen Banden' og Dirch Passer nævnes af flere på lige fod med de 7-14 årige. "Jeg syntes bare, at danske film var mere kreative tidligere. Det hele er normalt meget ens", som én formulerer det.

Også fra biografsiden viser tal, at lokal humor stadig kan noget for det unge publikum, og det pointeres ligeledes, at dette er en gældende tendens med lokalsprog i flere andre europæiske lande.



"Nogle af mine yndlingsfilm er 'De Grønne Slagtere', 'Retfærdighedens Ryttere' eller 'Blinkende Lygter'. Jeg synes, de er mega sjove, og jeg kan rigtig godt lide komik, specielt dansk. Jeg er ikke så vild med det udenlandske. Der er ikke noget, der slår dansk humor. Det er nogle af de bedste film, jeg nogensinde har set."

Lily, 16 år

Opsummering: Fra film på dansk til dansk humor.

På tværs af de 7-18 årige ses en udvikling, der går fra, at danske film udelukkende handler om film med dansk sprog (inklusive dubbede udenlandske film) til en finere forståelse for og anerkendelse af de ting, dansk film er særligt gode til. På tværs af gruppen forbindes dansk film først og fremmest med familietid og hygge, hvor særligt danske komedier fungerer som samlingspunkt for hygge. Danske film og serier forbindes ikke overordnet til et individuelt forbrug blandt de 10-18 årige, der i højere grad søger fortællinger, der fascinerer og engagerer gennem hverdagsfortællinger med et twist og i et markant andet miljø.

De 7-9 årige er ikke specielt optagede af, om en film er dansk eller ej. Der er ikke mange genkendelighedsmarkører for denne gruppe, når det kommer til film udover det talte sprog. Dansk indhold er indhold på dansk, og ofte er dette indhold det foretrukne valg. Dette handler dog mere om sproget end indholdet i sig selv. De 7-9 årige er begyndt at se internationalt indhold med deres forældre, og her fascinerer store eksplosioner, som de ikke oplever at møde i dansk indhold.

Hos **de 10-14 årige** mister danske film og serier momentum, idet interessen for udenlandsk indhold er i eksplosion. Gruppen eftersøger fascinerende hverdagsfortællinger med et twist, som danske film og serier ikke opleves at give. Fascination findes både i følelser, karakterer og setting, og her har dansk film svært ved at konkurrere med fascinerende fortællinger fra udlandet. For gruppen forbliver dansk film som en familiekategori, da det i høj grad er indhold, der opleves sammen med familien.

De 15-18 årige er ikke afvisende over for danske film og serier, men de efterspørger mere fascination i indholdet. De er tiltrukket af emotionel realisme fremfor faktuel realisme, og er særligt nysgerrige på film og serier, der søger grænserne. For de 15-18 årige slår dansk samtidshistorie danske ungdomsfilm, da de ikke er interesserede i film til unge, men gerne om unge eller noget ungt. Dansk film forbliver en kategori, hele familien kan samles om, og dansk humor fremhæves.

Film som udtryksform og dannelse.

Gennem film og serier får de 7-18 årige inspiration til deres eget liv, og gennem deres egne billedbårne fortællinger viser de verden, hvem de er. Dette afsnit undersøger de 7-18 åriges tanker om, hvordan film og videoer påvirker deres indtryk af og udtryk i verden.

DE 7-9 ÅRIGE:

Egne videoer bruges mest som leg, og videoer i skolen skal også være sjove.

For de yngste er der udvikling og challenges i alt.

De 7-9 årige i undersøgelsen er drevet af gå-på-mod og en nysgerrighed på verden. De fleste er aktive i deres hverdag og går til flere fritidsaktiviteter om ugen. De udvikler sig både motorisk og mentalt i disse år, og de holder af at udfordre sig selv. Et ord som 'challenge' er derfor ikke fremmed på børneværelserne, og de 7-9 årige virker til at være i en slags evig konkurrence med dem selv og deres skills. I denne proces spiller skærmen en vigtig rolle. Dels fordi de her støder på challenges, der gør dem nysgerrige, og dels fordi de på skærmen søger inspiration, tips og tricks, der kan dygtiggøre dem inden for bestemte områder. De 7-9 årige opsøger særligt interessefællesskaber digitalt, og de er meget aktive i deres jagt på nye interesser. Dette sker primært gennem indhold, som de finder på YouTube, TikTok og Roblox.

Den fysiske verden er på den måde ved at smelte sammen med den digitale verden, fordi de 7-9 åriges medie- og skærmafærd peger i retning af, at de i de digitale verdener opbygger skills, som de derefter kan anvende i den fysiske verden. Dette handler om alt fra dannelse inden for social relationer eller konkrete tricks i spil eller fysiske aktiviteter.

"Det her jeg IKKE PRØVET før.
Så DET kan jeg sikkert GODT"

-Fippi

Film og serier i skolen handler om dannelse og læring - og det ved børnene.

De 7-9 årige i undersøgelsen har alle prøvet at se film i skolen, men **de afkoder lynhurtigt, hvornår film har en funktion i skolen**, og om det bare er for at slå tid ihjel, en slags belønning eller del af et større undervisningstema. For de fleste i gruppen forbindes film i skolen først og fremmest med noget uplanlagt, der ofte handler om at have vikar eller ingen voksne i klassen. Dog er det også tydeligt hos de yngste, at film - når de vises af en lærer - altid har et læringsformål. Det kan handle om, at man skal lære noget om et givent tema, man har om. Når det handler om at se serier i skolen, er dette ikke noget, der sker ofte. Her kan flere af de 7-9 årige kun komme i tanke om "UltraNyt", som de får lov at se, imens de spiser frokost eller som et indslag i en pause.

Film og serier i skolen tjener i de yngstes optik **sjældent et underholdningsformål, men i langt højere grad et læringsformål**, og det giver en samlet oplevelse af stor forskel på de film, man ser derhjemme, sammenlignet med dem, man ser i skolen.

Filminstituttets egne tal viser, at over halvdelen af 9-årige finder det spændende at se film i skolen. Sammenligner man med de tilsvarende tal for de 13-årige falder dette tal til under 30%*. Denne udvikling kan understøtte, at den yngste aldersgruppe stadig finder det spændende og **sjovt "bare" at "se noget"**, hvor de 13-årige har udviklet højere forventninger til indhold og kriterier for, hvad de vil bruge deres tid på. Også når det handler om indhold i skolen.

"Vi så Asterix og Obelix i billedkunst, og vi havde sådan om historie, fordi det er sådan lidt Romertiden på den måde."

Sebastian, 8 år

*"Vidste du? Om de 10-14 årige", Det Danske Filminstitut, 2022

**“I film der sker en hel masse,
men med undervisning skal
man bare lære, lære, lære,
lære...”**

Vigga, 8 år

Brugen af film og video i læring bygger bro til børnenes hverdag.

Når de 7-9 årige spørges ind til deres oplevelser og erfaringer med film i skolen, er det tydeligt, at gruppen overordnet set er begejstrede, når de modtager undervisning ved hjælp af film og videoer. Denne form for undervisning opleves som underholdende, stimulerende og engagerende, hvilket begrundes med, at det opleves anderledes end skoledagens normale rutiner.

De 7-9 årige navigerer allerede på mange platforme, men i modsætning til de 10-14 årige er det de færreste i gruppen, der har fået egne profiler og kanaler på diverse sociale medier. De får i stedet lov til at lege med på større søskendes profiler eller mor og fars, men her er det på lånt tid. Gruppen er derfor stadig ved at lære mediernes mange muligheder og de nyder også at lege med dem og udfordre sig selv ved at optage videoer, lege med musik eller voice over og generelt prøve sig frem. Mange af de 7-9 årige i undersøgelsen fortæller, at de har prøvet at arbejde med stop-motion, redigering, voice-over og andre audiovisuelle-teknikker i skolen – og de giver i den forbindelse udtryk for, at det har givet dem lyst til at lege videre og udforske det endnu mere derhjemme efter skole.

“Jeg har selv lavet videoer i skolen. Vi redigerer selv! Vi puttede ikke musik på, vi lavede en voice-over. Den fandt vi helt selv på.”

Klara, 8 år

Film og videoer laves for legens skyld og til et meget begrænset publikum.

De fleste af 7-9 årige har faste regler om skærmtid, der er kontrolleret af deres forældre og aldersrestriktioner på f.eks. Snapchat og TikTok. Derfor er de fleste 7-9 årige også afhængige af, at de må låne forældres eller ældre søskendes apps, når de vil lave deres egne film eller videoer. Når de fortæller og viser, hvordan de selv laver videoer og film, bliver det tydeligt, at det er en leg. De leger med de forskellige apps og filtre, og de leger i deres adfærd og opførsel foran kameraet. For de af de 7-9 årige, der selv skaber videoer og film, er det tydeligt, at det handler mere om grin og fjollerier, hvor videoerne bliver et redskab eller en facilitator i en intern leg, fremfor noget, man opfatter som decideret indhold.


Publikum til produktionerne er således også ganske snævert og består primært af forældre, bedsteforældre og søskende - eller ofte kun barnet selv, da fotogalleriet på telefonen ofte genbesøges, når man mangler et godt grin. Når de 10-14 årige mindes, hvordan de selv lavede videoer, da de var yngre, beskrives det også ofte med, at det var "mest for sjov" - i modsætning til de videoer, de laver og deler nu.



Egne film er oftest imitationer.

Videoer og film er gode legekammerater, som man enten kan underholde sig selv med eller være sammen med andre om. Flere af de 7-9 årige fortæller, at de godt kan lide at lave TikTok videoer med ældre søskende, hvor de leger, danser og imiterer andres videoer. For gruppen her handler det mere om at følge trends end at opfinde og skabe selv, og den skabelsesproces de 7-9 årige finder mest interessant, er, når de kan lege med udtryk, filtre eller bevægelser.

De 7-9 årige finder det sjovt at lege med videoformatet, og de holder af at være kreative og skabe ting selv. De laver videoer for at lege med deres personlighed og identitet, og gennem sjove filtre kan man se sig selv som kat, få en større næse, få snorlige øjenbryn eller hjerter på kinderne. Den skabende adfærd er i disse år præget af leg. På samme måde opsøger de 7-9 årige trends på eksempelvis YouTube og TikTok, som de gerne selv vil imitere og afprøve derhjemme. Det kan være alt fra danselege til mere konkurrencedrevet indhold.



“Jeg har lavet Tiktok med min storesøster, og det er ret fedt, for det er dem, hun får flest likes af. Så er det ting, hun ser på Tiktok, som vi også laver. Ikke danse, det er jeg ikke så mega meget for. Det er challenges”.

Villum, 8 år

DE 10- 14 ÅRIGE:

Skærmen er
altafgørende i
udviklingen af egen
identitet og
forståelse af verden.

**“Den her video,
den har jeg lavet
med min søster,
men den skal
offentligheden
ikke se.”**

Hannah, 12 år

Stor social bevidsthed møder stigende, individuel usikkerhed på skærmen.

Hvad der tidligere var ren leg, er for de 10-14 årige nu mere alvor, da der er kommet mere socialt på spil. Motivationen for de fleste i denne aldersgruppe handler ikke om at blive influencer eller trendsetter, men derimod at blive del af et større fællesskab, hvor også bevidstheden om likes begynder at fylde.

De 10-14 årige øver sig i at udtrykke sig gennem billedbårne fortællinger i takt med, at de får egne profiler på diverse sociale medier og platforme. Hvor de yngste i gruppen fortsætter den legende adfærd fra de 7-9 årige, og primært laver videoer for sjov eller for at gemme dem til sig selv offline, begynder de lidt ældre at afkode online opførsel og normer hos kanaler og profiler, de følger. Flere af de 10-14 årige fortæller, at de anvender en slags kopiering, hvor de imiterer indhold og opførsel, eksempelvis fra Youtube-videoer, som de derefter deler på deres egne profiler. Her kan man lege med hashtags og catchphrases, og man kan skabe indhold for at være med på trenden.

Særligt pigerne i gruppen fortæller, hvordan de tit laver mange videoer, før de udvælger, hvilken der skal deles. De er således meget bevidste om, hvad de deler i en bredere gruppe, hvor sjove videoer eller fail videoer kun vises til de tætteste veninder. Som oftest sendes de ikke, men bliver delt på egen skærm.



Identitetsopbyggelse mellem venner, celebs og subfællesskaber.

De fleste af de 10-14 årige bruger meget tid på at finde dem selv, og identitetsspørgsmålet fylder meget i disse år, hvor der både brygges på ydre og indre versioner af ens identitet. Disse udviklingsprocesser finder sted i de samme år, hvor flere medlemmer af gruppen også får egne profiler på diverse sociale medier og oplever mere fri- og alenetid på skærmen. Skærmen er derfor helt afgørende for måden, en 10-14 årig forstår sig selv på.

Flere af de 10-14 årige fortæller, at de på en almindelig dag bruger mange timer på skærm, hvoraf telefonen står for det største forbrug. Her bruger mange i gruppen tid på at følge personer og profiler, der oftest enten inspirerer dem eller deler interesser med dem, samtidig med at de opsøger subfællesskaber, der giver dem adgang til indhold og venskaber. De 10-14 årige følger på en og samme tid nære venner, komplet fremmede og store stjerner, der i et smukt kaos influerer de 10-14 åriges selv- og verdensforståelse. De 10-14 årige følger som oftest offentlige profiler, der er ældre end dem selv, hvor de kan lade sig fascinere af eksempelvis Ronaldos biler, Tom Hollands stil eller vloggere, der inviterer indenfor i deres liv.

På samme måde bruger mange af de 10-14 årige sociale medier til at finde nye interesserer, trends, film og spil via recommendation media algoritmerne, der gennem "For You" assisterer de unge i deres smags- og præferenceopbyggelse.

Spirende frygt for shaming som både mobber og offer.

Selvom der er en stor forskel på færdigheder og hyppigheden af, hvor meget man deler, er der særligt én faktor, der binder gruppen sammen. Både i skolerne og på værelserne, er de unge nemlig hyper-opmærksomme på de mulige konsekvenser, der kan være ved at dele ud af sig selv online. "At dele noget" kan på én og samme tid være en fornøjelse og en stor fare, fordi muligheden for social shaming konstant er tilstede. Det er interessant at se, at hvor de yngste i gruppen øver sig, har de ældste i gruppen fået styr på, hvordan de skal og vil portrættere sig selv. Der er tale om en stejl læringskurve, hvor de hurtigt har lært, hvor galt det kan gå, hvis man får portrætteret sig selv på en forkert eller uhensigtsmæssig måde. Selvom mange peger på, at online mobning er et kæmpe problem blandt deres jævnaldrende, indrømmer flere alligevel, at det kan være svært at lade være. Der er nogle sociale dynamikker, der er svære at undgå, og denne bevidsthed medfører, at flere italesætter, hvordan de begynder at sortere andres – og eget indhold – efter, hvad der føles styrkende og positivt.

Flere forklarer også, hvordan de prøver at skabe trygge rum og kanaler, hvor de kan dele. Dette sker oftest gennem 'lukkede' lister for udvalgte, der har adgang til ens stories og posts, hvilket kurateres med hård hånd af skaberen selv. Kun de, man føler sig tryk ved, får lov at se med, og der opereres mellem nære venner, venner, klassekammerater og andre inddelt i grupper hver for sig.

“Det er det værste ved sociale medier... Men jeg gør det også selv.”

Rihat, 8. klasse, om online mobning på SoMe

Den billedbårne fortælling på Snapchat handler mere om at skabe kontakt end udtryk.

For flere af de 10-14 årige er Snapchat det medie, de bruger mest til at holde kontakten med deres venner. Derfor fylder et begreb som 'streak' også meget, når de 10-14 årige fortæller om deres daglige færden på skærmen.

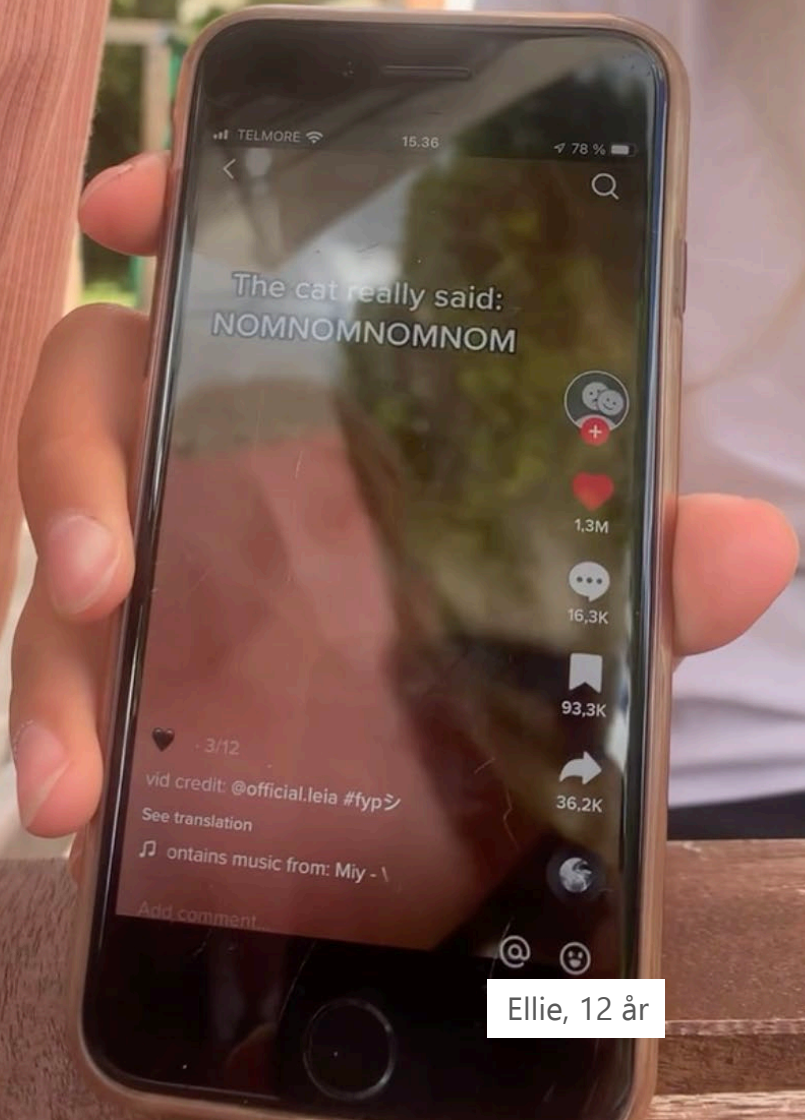
Konceptet 'streak' er ikke nyt, og en undersøgelse fra Børns Vilkår* viser bl.a., hvordan hver 6. pige i 9. klasse i 2020 fik andre til at passe sin snapchat, så streak kunne vedligeholdes. Ingen af deltagerne i denne undersøgelse har fortalt om lignende tiltag, men de beretter alle, hvordan Snapchat spiller en stor rolle i at være en del af fællesskaber, få nye venner og vedligeholde venskaber. Særligt "S"-trenden fylder i de 10-14 åriges verden, hvor flere dagligt udveksler en snap med blot et "S". Denne aldersgruppe følger med på trenden, selvom flere italesætter, at de faktisk er usikre på, hvad s'et står for. En enkelt fortæller, hvordan han prøvede en dag bare at sende et "A" tilbage, men at det ikke faldt i god jord hos modtager. Ofte handler det ikke om de billeder, man deler - og selv om det foregår på en billed- og videobåren platform, handler streaket hverken om indhold eller udtryk. Det handler om at være del af et fællesskab, og for de, der står udenfor fællesskabet i f.eks. større classesnaps, mærkes det meget tydeligt.

*"Krop, køn og digital adfærd", Børns Vilkår, 2020



"Du tager bare et billede af, hvad der lige er foran dig, og så tegner et 'S'. Uden filter."

Karl, 11 år



Se, gem, gense, godkend, del. Gentag.

Det er ikke kun de videoer, man selv skaber, der kurateres hjemmefra. Det samme gælder alt det indhold, gruppen støder på. De 10-14 årige er meget opmærksomme på, hvad de deler med deres venner og flere beskriver, hvordan udvælgelsesprocessen forløber. Ofte starter de selv på deres "For You" side, hvor de scroller gennem en lang række videoer og klip. Her sorterer de, 'liker' og gemmer, så de kan finde videoerne igen. Om man tildeler en video et like, handler om den umiddelbare oplevede underholdningsværdi. Herefter genbesøges de gemte videoer, hvorefter de ses igennem endnu en gang. Hvis videoerne denne gang vurderes sjove eller gode nok, kan de deles videre med andre.

Ægte, spændende, dygtige eller seje profiler skaber personlige udvikling.

For de 10-14 årige fungerer film, serier og videoer ofte som et vindue ind i en kommende tid. De 10-14 årige ser oftest opad, når det kommer til karakterer eller profiler, og derved står de på tær og kigger med ind i næste kapitel af deres liv. Her er det tydeligt, at de kigger efter følelser og reaktioner, som de kan spejle sig i, og som de kan aspirere imod. Mange af deltagerne i undersøgelsen bruger meget tid på at tænke over, hvem de er, hvem de skal være og hvordan andre opfatter dem, og her spiller særligt karakterer fra videoer, serier og film en vigtig rolle.

Når de 10-14 årige fortæller om karakterer, eller profiler, de ser op til, er de hurtige til at knytte ord som 'ægte', 'spændende', 'dygtig' eller 'sej' til de forskellige profiler. Der er en tendens til, at gruppen følger profiler, de deler interesser med og som derfor føles inden for rækkevidde, men der følges også profiler, der lever et liv langt fra én selv. Her drives flere i gruppen af en oplevelse af autencitet. Man vil gerne kunne mærke mennesket bag profilen, og jo mere autentisk og ægte mennesket fremstår, jo mere realistisk og spændende synes det for de unge at lade sig inspirere af dennes opførsel, mål eller tilgang til livet. De forbilleder der fremhæves veksler mellem **fiktive karakterer fra film og serier og rigtige mennesker** fra Vlogs og SoMe kanaler.

“Jeg vil gerne være ligesom Rory... Det giver én motivation.”

Derya, 13 år, om Rory fra Gilmore

Girls

”Det er for det meste sådan børnefilm, fordi de må ikke vise os andre film”

Bertil, 11 år

Film i skolen forbindes oftest med børnefilm, lettere ulyst og lav involvering i valget.

Heller ikke for de 10-14 årige er det en fremmed oplevelse, at film af og til er del af undervisningen i skolen. Her er der flere, der oplever, at det er sjovere at se film i skolen i modsætning til f.eks. at læse bøger, men de peger samtidig på et stort gab mellem de film, de selv ser derhjemme (som interesserer dem), og de film de ser i skolen (som de tvinges til). Film i skolen er således mere forbundet med tvang end lyst. Dette handler især om en oplevelse af, at film i skolen ikke må være action, hvorfor det ofte forbindes med børnefilm, så alle kan være med. Dette handler om, at man i skolen er mere bundne af aldersgrænser på film, end gruppen er vant til hjemmefra. Flere understreger desuden, at de gerne vil involveres mere i valget af film, så film i skolen ikke kun er kedelig læring, men også kan starte samtaler, der engagerer eleverne. Gruppen taler nemlig meget med hinanden om de film og serier, de ser derhjemme, men det samme gælder ikke for indhold, de ser i skolen.

Generelt set er gruppen mere positivt indstillet over for at se film end serier i undervisningen, da serier ikke opleves som et godt format til undervisningen. En serierække kan opleves som træg og never-ending i skolesammenhæng, hvor det i hjemmet forbindes mere med lyst og binge-watching.

Børn og unge savner stærkere kompetencer hos undervisere i film- og videoproduktion.

Mange af de 10-14 årige har også erfaring med at lave film i skolen. Her fortæller de, at de har prøvet at arbejde med at lave informationsvideoer om forskellige temaer i dansk, engelsk og historie, eller at de har prøvet kræfter med forskellige formater: dokumentarer, dagbøger, fiktion i redigeringsprogrammer som CapCut eller på telefonen.

Selvom der kan være læring i det indhold eller information, som gruppen skal have ført over i et filmformat, oplever de ikke, at de på samme måde kan lære noget om at lave videoer. Der lader til at være enighed i gruppen om, at de har mere erfaring med selv at lave og redigere videoer via Snapchat, TikTok eller YouTube end lærerne, hvorfor de fleste sidder tilbage med en oplevelse af, at underviserne har svært ved at lære fra sig. Her ser flere i stedet et læringspotentiale i andre elever i klassen, der er bedre til at lave videoer, som de så kan lære fra.

”Jeg har lavet en video om dyr i Natur og Teknik. Jeg tænker, at vi nok er bedre til det end lærerne.”

Afraa, 11 år

DE 15- 18 ÅRIGE:

Den mindste skærm
former identiteten
og platforme er den
store historie.

Unge identitet ligger tungt på den lille skærm – særligt på TikTok.

"Vi er enige om, at det er TikTok, ik?"

DRENG, 17

"Nå jo!!
Ej – jeg skulle lige til at sige YouTube, men du har selvfølgelig ret."

PIGE, 18

På Viborg Gymnasium blev 20 elever fra 2.g i grupper af to interviewet om deres egen generation. Første spørgsmål var:

"Tænk et minut eller to: Forestil jer en udgave af jer selv om 20 år, hvor I måske selv har fået børn, og en dag skal fortælle dem om jeres generation i den tid, I lever i lige nu. I skal forklare børnene om jeres generation ved at fortælle om præcis dét, I så på skærmen, som I mener, siger mest om jeres tid. Og med skærm mener jeg ALLE skærme. TV-skærme, mobilskærme, biografskærme, computerskærme, spilleskærme – ALLE skærme".

Ingen svarede film/serie. 20 ud af 20 elever svarede TikTok.

Unge s identitet ligger tungt på den lille skærm – særligt på TikTok.

(3 minutter senere i samme interview)

"Men hvad med film?"

INTERVIEWER

"Nååå jo – Netflix! Det ser jeg også, der er mange gode serier."

PIGE, 18

"Ja, men jeg spurgte om *film*, ikke serier."

INTERVIEWER

"Ja ok – det kan jeg godt se med familien. Ellers er det mest noget, jeg sætter på i baggrunden, når jeg laver lektier."

PIGE, 18

Indhold, der traditionelt set afspilles på større skærme, er ikke det, der ligger først for, når det der *betyder* noget, skal fremhæves. Blandt de 15-18 årige virker rækkefølgen til at være 1) Platforme 2) Serier 3) Film, når man spørger ind til vigtigheden. Film opleves generelt mindre personlige end f.eks. serier, som mange ser alene, hvor film oftere er en fælles oplevelse inklusiv diverse kompromisser.

Faren ved sociale medier opleves som overdrevet af ignorante voksne.

De 15-18 årige er muligvis mere forenede af platforme end af fælles historier, men det betyder ikke, at unge ikke interesserer sig for det store fællesskab - verden og de ting, der sker i den. De får bare indholdet fra meget anderledes kilder end ældre generationer.

Når man kommer tæt på de unge, får man hurtigt en opfattelse af, at voksne læser unges online-vaner, som fanden læser biblen. Ifølge de unge forstår den ældre generation slet ikke, hvad de laver online, idet de oplever, at voksne fuldstændig mangler evnerne til at forstå de unges digitale vaner og livsverden. De voksne er optagede af algoritmernes magt og farerne af den polerede virkelighed, der præsenteres på Instagram, og her skabes en tydelig oplevet forståelseskluft mellem de voksne og de 15-18 årige, der føler sig misforståede. De fleste i gruppen anser ikke TikTok som så tomt og skræmmende som mange voksne - og slet ikke så overfladisk og usundt selvfremskaffende som Instagram.

Ofte har de unge mest overbærende skuldertræk tilovers for de voksnes bekymringer om sociale medier, selv om de godt nok medgiver en vis fare ved dem, men omvendt mener de også, at den ældre generations stærke skepsis skyldes en høj grad af uvidenhed. De unge har svært ved at se, hvorfor film, serier, reality og TV-underholdning generelt skulle være meget bedre og "sundere" indhold end f.eks. TikTok, hvor gruppen også opsøger opbyggeligt og lærerigt indhold. Her søger de både nyheder og personlige historier, de kan spejle sig i - samt små dokumentarer, explainers, tips og tricks - selvfølgelig i kombination med meget andet indhold, der har klart mindre på hjerte.

“Jeg kan godt lide at snakke med folk på TikTok om film. Det giver en form for fællesskab”

**Thea, 15
år**



"På TikTok er det sådan noget sjov og privat, jeg deler med mine tætte venner. Der kan man være lidt mere sig selv. Det skal ikke være så pænt som Instagram."

Alberte, 17 år

TikTok opleves som det mest sikre sted at være åben og fælles.

"B-Real, det har jeg droppet igen. Det var ikke særlig real."

Hossain, 18 år

"Jeg har købt bogen Rich dad, Poor dad om aktieinvestering, fordi jeg så den på TikTok."

Camille, 18 år

TikTok har et noget blandet, offentligt ry, og det er der mange gode årsager til, både hvad sikkerhed og algoritmer angår. Men spørger man de 15-18 årige, får man tilføjet en ganske anden vinkel til den opfattelse. Flere unge i undersøgelsen føler sig mere trygge, sikre og ærlige på TikTok end på andre sociale medier – særligt Instagram. Æstetikken er dog også meget anderledes, for hvor indhold og adfærd på TikTok ofte er fjollet, selvironisk og afslappet serveret, er det på Instagram langt mere kurateret, opstillet og idylliseret.

På TikTok oplever mange af de unge, at de kan indgå i nichefællesskaber, hvor de kan nørde og dyrke deres interesser. Deres FYP (For You Page) er sammensat specielt til dem, og de oplever en platform, der tager deres interesser alvorligt. Enkelte fortæller, hvordan de bruger TikTok til at diskutere film, andre beskriver, hvordan BookTok er et godt sted at hente inspiration til nye bøger. De 15-18 årige er særligt optagede af TikToks evne til at være 'ægte', hvilket står i kontrast til deres oplevelse af andre platforme. Her ses Instagram som for poleret, og B-real er ikke lykkedes med at føles real, hvorfor de fleste lander på TikTok, hvor man, med andre ord, lidt bedre kan være sig selv.

En undersøgelse foretaget af Nielsen for TikTok* viser bl.a., at ud af 8000 globale følgere oplever 64 %, at de fuldstændig kan være dem selv på TikTok, og 59 % har en følelse af fællesskab, når de er på platformen.

[*https://www.tiktok.com/business/en/blog/nielsen-study-tiktok-discovery-content-authentic](https://www.tiktok.com/business/en/blog/nielsen-study-tiktok-discovery-content-authentic)

Unge er centrum af The Creator Economy, og har klare regler for hvad og hvordan der deles.

Med god hjælp fra YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, Twitch, Spotify, OnlyFans og en række andre platforme, samt den tekniske udvikling af brugervenligheden i AV-udstyr, er det ikke bare blevet let selv at lave godt indhold - det er også blevet meget realistisk for mange flere at tjene penge på indholdet. En ny økonomi er opstået midt i denne "Democratization of Content Creation", der også har paralleller til Low-Code/No-Code udviklingen i softwareindustrien, hvor teknikken bliver en mindre og mindre begrænsning for at anvende software, der normalt kræver meget store tekniske færdigheder.

Og selv om langt fra alle unge tjener penge på eget indhold, har demokratiseringen også ført mindre rystelser med sig, der har forplantet sig bredt. Det kan aflæses i både brugen af egne videofunktioner og evnen til at bedømme indhold generelt, hvor unge sætter uhørt høje krav om autencitet og originalitet.

Det har ligeledes sat sig i selvpfattelsen, hvor unge enten ser sig selv lidt som skabere, eller i hvert fald som personer med stor indsigt i skabelse af levende billeder. Alle skaber og alle deler – men alle i undersøgelsen har også meget klare regler for hvad, og med hvem, man deler.

STOR BEVIDSTHED OM HVORDAN MAN DELER:

Offentligt: Pæne billeder af venner, sig selv og begivenheder. Anerkendelse.

"Det er sådan pæne ting, og når man er fede steder."

Jasmin, 18 år

Privat: Til flere forskellige cirkler af nære relationer: Sjov, problemer, opdatering på hvad jeg laver.

"Her laver vi alt mulig fjol, men deler også ting der fylder hos én".

Carla, 18 år

Helt privat: Producers, men deles ikke.

"Jeg har over 26.000 billeder og videoer på min telefon. Der er rigtig mange, hvor jeg er meget følelsesladet, ked af det, dybe beskeder. Det er bare til mig selv for at få noget ud. Dem deler jeg ikke".

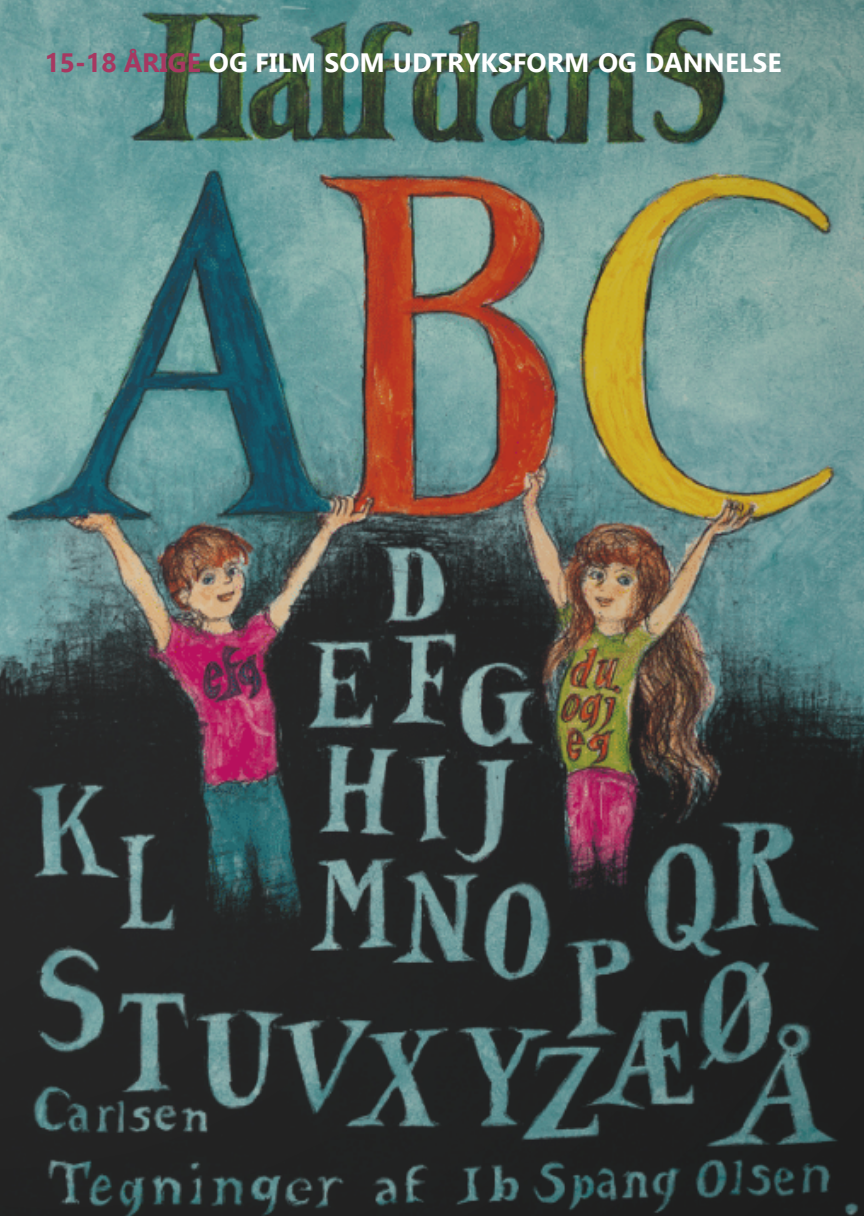
Ida, 16 år

Film og serier med peer-to-peer følelse gør større indtryk end store produktioner.

Det er enormt svært at høre de 15-18 årige tale om relaterbart dansk indhold uden at høre navnet "Jonas Risvig". Faktisk er der slet ikke andre eksempler i de indhentede interviews, hvor Salsa, Drengene, Centrum mv. fylder massivt.

Risvigs indhold på DR er et godt eksempel på, at film og serier med en peer-to-peer følelse kan klare sig både på og uden for nettet. Indholdet giver de unge et safe space til at overveje scenarier i et liv og en tid, der venter lige om hjørnet. Det handler bl.a. om genkendelige miljøer, jævnaldrende spillere, scenarier og karakterer. Det handler om en slags små glimt af genkendelse fra ens egen verden, men med kant i fortællingen, så det ikke opleves som 1:1 gengivelse af egen hverdag. Her kan man tale om en genkendelighed med et oplevet personligt udviklingspotentiale, og ikke repetition af hverdag og store moralske pointer.

På grund af den udprægede creator democratization, har forventningen til handling, kreativitet og æstetik også ændret sig. Skal det virke som noget, man selv kunne gøre, skal det også ligne noget, man (næsten) selv kunne lave. Det handler dog ikke kun om en mere demokratisk skabelsesproces med færre gatekeepers, det vedrører også mere horisontale hierarkier mellem skaber og modtager, hvor de unge kan relatere sig til og kommunikere direkte med deres yndlingskabere. Det bidrager til et mindre intimiderende forhold mellem skaber og modtager, hvilket passer denne aldersgruppe godt, da de eftersøger og lever i polerne mellem autencitet og eskapisme, på små ligesom store skærme.



Alle bør lære at læse, skrive og lave film – i den rækkefølge.

På tværs af de 7-18 årige opleves film som et godt redskab til at modtage og dele viden gennem. De 15-18 årige bruger selv billedbårne fortællinger til at dele deres liv med venner og netværk, og det føles naturligt for dem at skabe og dele videoer, film, billeder og klip.

I en fokusgruppe med 20 gymnasieelever gik samtalen meget på brug af billedbårne fortællinger i undervisningen og i skolen generelt. Holdningerne var delte i forhold til brug af film i undervisningen, hvor de færreste fandt det tiltalende, hvis en film skulle erstatte lærerens funktion. I stedet pegede flere på, at det kunne være interessant med flere dokumentarer og fiktionsfilm, de selv var med til at vælge, hvorefter man kunne drøfte dem sammen i klassen. Film fungerer som en god samtalestarter for de 15-18 årige; både i digitale fællesskaber, i familierelationer, blandt venner og også i et klasseværelse. Men det er et godt udgangspunkt for samtalen, at man finder filmen interessant, relevant og vedkommende, hvilket er langt fra tilfældet i dag.

Film i pensum er én ting, film på skemaet er en anden ting, og her så de studerende i 2.g et stort potentiale i, at man bør have filmudvikling på skoleskemaet som fag. Ikke lige så tidligt, som man skal lære at læse og skrive, men gerne kort efter den del er på plads. For alle var også enige om, at det ikke bare er en vigtig evne i livet fremover, men at skolen også kunne blive mere interessant, hvis man f.eks. kunne aflevere flere opgaver i filmformat - også i fag, der ikke har med medier at gøre.

Opsummering: Fra udfordringer til engagement.

På tværs af de 7-18 årige spiller billedbårne fortællinger gennem film og videoer en stor rolle i den måde, gruppen oplever verden på. De billedbårne fortællinger bruges som et legende redskab, hvorigennem de 7-18 årige kan udfordre dem selv og finde deres egen smag og identitet. Hvor de yngste bruger film, videoer og serier som leg, hvor særligt kopiering spiller en stor rolle, er der mere på spil for de 10-14 årige, der har rykket en del af deres identitet online. For de ældste er videoer en stærk måde at søge 'det ægte' på, og derigennem positionere sig i interessefællesskaber, der både begejstrer og engagerer.

For de **7-9 årige** er der fuldt fokus på leg i den måde, gruppen bruger videoer som udtryk på. Gruppen er i gang med at dygtiggøre sig i mange ting – de er blevet gode til at gå i skole, de dyrker fritidsaktiviteter, og de søger tips og tricks. Hvor film i fritiden er forbundet med grin og sjov, er film i skolen en markant anden oplevelse, når læring og moral ofte vejere tungere end underholdning. Brugen af egne film i undervisningen er til gengæld et godt redskab, der nemt bygger bro til gruppens mere legende tilgang i deres hverdag.

Blandt **de 10-14 årige** er der stort fokus på identitet, og indhold på lille såvel som stor skærm påvirker den identitetsudvikling, der finder sted. Her leder gruppen efter nye interessefællesskaber, nye trends og inspiration til, hvordan de gerne selv vil være, se ud og opføre sig: nu såvel som i fremtiden. Gruppen har stort fokus på den læring, de selv trækker ud af film og serier, og den læring film i skolen vil give dem. Film i skolen forbindes med barnlige og kedelige temaer, og lærerne er bagud, når det handler om at skabe egne film som del af undervisningen.

De 15-18 årige vil gerne engagere sig i den store verden, og finder samfundet interessant. De oplever dog, at voksne ikke anerkender de måder og platforme, de ofte bruger til at danne holdninger og indgå i sub- og nichefællesskaber på. Gruppen søger i høj grad peer-to-peer formater, der kan give dem ægte perspektiver i hverdagen. Film i pensum og film på skemaet fanger gruppens interesse, fordi de her ser et potentiale for fængslende diskussioner, så længe de må være med til at sætte rammerne.

Spil og gaming.

På tværs af de 7-18 årige er spil og gaming en naturlig del af det indhold, gruppen gør brug af. Dette afsnit kortlægger, hvordan de 7-18 åriges brug af spil som underholdende indhold i hverdagen ser ud.

DE 7-9 ÅRIGE:

Der spilles med en lethed og naturlighed, og spillet som aktivitet matcher fuldstændig børnenes hverdag.

De yngste tænker meget på deres spil, også når de ikke spiller.

“Jeg tænker virkelig meget på min Fortnite, fordi jeg har brugt over 2.000 kr. på den, den er meget dyrebar, synes jeg selv”

Sigurd, 9 år

Spil aktiverer og forener på en måde, film ikke kan.

Alle 7-9 årige i undersøgelsen spiller et eller flere spil. Spil fremhæves af aldersgruppen som en god fritidsaktivitet, med streg under aktivitet, da de oplever sig selv som aktivt medvirkende i historieudviklingen. De peger på, at dét at spille er en aktiv begivenhed, hvor de fysisk bruger både hænder og hjerne. Derfor står spil i kontrast til film, som de godt kan føle er en lidt kedelig oplevelse, hvor de "dovner", som flere siger, og er passiv modtager.

Mange af de 7-9 årige fremhæver især kreative spil som 'Roblox', 'Minecraft' og 'Sims', som spilaktiviteter, de godt kan lide at bruge tid på, og hvor spilsituationen kan have både social og individuel karakter. I denne aldersgruppe er spil en aktivitet, der både er sjov på egen hånd og sammen med andre, og derfor passer spillet også bedre ind i deres hverdag. I gruppen er der forskellige strategier for, hvordan spillene bliver til en fælles oplevelse, men i de fleste tilfælde – hvis der spilles sammen hver for sig – foregår kommunikationen udenfor spilplatformene eksempelvis via FaceTime eller Google Meet.

Når de 7-9 årige skal fortælle, hvor de finder nye spil, fremhæver flere 'Roblox' som en vigtig kilde til inspiration til nye spilmuligheder. Her møder de reklamer for nye spil, og hvis disse ser spændende ud, bliver de hentet ned og afprøvet. En anden vigtig kilde til nye spil er kendte profiler på YouTube, der fortæller om eller anbefaler nye spil.

"I en film skal man bare sidde - og ikke for at kritisere, sidde og dovne og følge med - og når man spiller, skal man lidt mere tænke sig om og trykke på nogle ting."

Storm, 8 år



”Så er det andre gange, at jeg FaceTimer med veninder, som også spiller ‘Sims’.”

Anna, 8 år

I spillet dyrkes kreativiteten, og (sam)skabelse er afgørende.

Blandt de 7-9 årige er spilengagementet i høj grad drevet af en lyst til at skabe, bygge og udvikle. Spil handler for denne aldersgruppe meget om at dyrke sin kreativitet – og gerne over længere tid. Af samme årsag peger de fleste på, at det er sjovest, når spiloplevelsen er delbar, og når man i fællesskab kan udvikle og skabe sammen med andre. Blandt de 7-9 årige i undersøgelsen virker lysten til at konkurrere og vinde alene til at være mindre, end lysten til at skabe noget sammen.

I denne gruppe er spil også en god måde at dyrke kontakten med venner, og de yngstes spil bliver en arena for at dyrke og udvikle sociale kompetencer og træne relationsopbyggelse. De 7-9 årige i undersøgelsen spiller primært med venner fra skolen eller fra andre fritidsaktiviteter, og der spilles i meget mindre grad med andre, man kun har mødt online.

Spil er den foretrukne aktivitet, når de yngste er alene.

På spørgsmålet om, hvad de har mest lyst til at lave, hvis de er trætte efter skole og ligger alene på sofaen, fortæller langt de fleste i gruppen, at de ville spille. For de 7- 9 årige lader spil til at være tæt forbundet med konkret afslapning. Tæt efterfulgt af serier og korte videoer er spil pgså den aktivitet, de fleste af de 7-9 årige i undersøgelsen ville bruge tiden på, hvis de selv kunne vælge.

“Det er faktisk at spille, eller hvis jeg ser noget, er det YouTube. Så ligger jeg med en pude, så jeg kan sidde godt, mens jeg spiller.”

Quentin, 8 år, om hvad han synes er sjovest på Ipad

”Jeg vil sige, jeg spiller. Men hvis jeg får noget gamer-grej: en stor computer, en stor skærm, med stor musemåtte og tastatur, og regnbue-lys og gamerstol, så vil jeg i hvert fald sige, så tror jeg mere, jeg gamer.”

Frederic, 9 år

Alle spiller, men det kræver grej at game.

De 7-9 årige i undersøgelsen har ganske vist alle erfaring med at spille i det ene eller andet format, men de oplever selv, at der er stor forskel på at spille og game. Her er det især drengene, der er meget fokuserede på, at det kræver specielt udstyr, for at man kan game eller kalde sig selv for gamer. Enkelte af drengene i aldersgruppen er begyndt at indrette deres værelser efter en gaming-interesse, der også flytter spilinteressen fra den lille skærm over på en reel computerskærm.

DE 10- 14 ÅRIGE:

Spil er stadig en fællesnævner, men måden man spiller på, forandrer sig.

Eksisterende venner er ikke længere en betingelse for at prøve nye spil.

Digitale spil er en stor del af hverdagen hos de 10-14 årige. Tal fra Medierådet for Børn og Unge* viser, at to ud af tre børn (i alderen 1-15 år) spiller med andre, og de digitale spil er en vigtig kilde til socialt samvær. Over halvdelen af børn, der spiller, spiller for at mødes med deres venner.

Blandt de 10-14 årige i denne undersøgelse ses det, at der både spilles alene og sammen med andre, men at det sociale aspekt vejer tungt i spiloplevelsen. Flere i gruppen foretrækker at spille med andre, og tilrettelægger derfor også deres dagsprogram efter venners, så de kan spille sammen. Både spil med multiplayer funktioner og online funktioner fremhæves, idet man kan interagere med sine venner samtidig - eller skabe nye relationer igennem spillet. Den dialog, der udfolder sig samtidig med spillet, foregår som regel igennem spillenes egne chatfunktioner eller gennem Discord.

Hvor de 7-9 årige er opmærksomme på at spille med folk, de allerede kender, er de 10-14 årige i stigende grad åbne for at stifte nye bekendtskaber gennem spil eller spille med deciderede fremmede. Af og til kan det faktisk være en nødvendighed, hvis man er den eneste i vennegruppen, der spiller det givne spil. Denne adfærd bevidner, at de 10-14 årige er begyndt at have faste præferencer og tør stå ved dem. Flere opsøger også specifikke interessefællesskaber og inspirationskilder til spil på sociale medier, hvor flere danske YouTube kanaler fremhæves. Disse kanaler fremhæves som stor inspirationskilde til at finde nye spil, man kan prøve af. Den primære driver for at prøve et nyt spil i denne aldersgruppe er, "at det ser sjovt ud", og at det er gratis.

*"Børns spillevaner 2020", Medierådet for Børn og Unge, 2020

"Så spiller jeg lidt på min Playstation, der spiller jeg Epic Legends i en time og 30 minutter ca, med random mennesker, fordi der ikke er så mange af mine venner, der spiller det."

Noah, 11

år

Hos de 10-14 årige bliver kønsforskelle i spiladfærd tydelig.

På tværs af køn er der mere tid til at spille i disse år, fordi skærmregler fra mor og far blødes markant op, og mange af de 10-14 årige opsøger og afprøver nye spil løbende.

Blandt de 10-14 årige i undersøgelsen begynder der også i disse år at være forskel på, hvordan man spiller. Flere af drengene spiller mere dedikeret end pigerne, og de spiller også spil, der optager mere af deres tid og stiller krav til fokus hos spilleren. Disse er ofte mere konkurrencedrevne. De fleste af pigerne, derimod, er mere optagede af mindre forpligtende spil, der udfordrer logik eller kreativiteten. De spiller mest for adspredelsens skyld, men synes også, at det kan være hyggeligt at dyrke det sociale element samtidig, og f.eks. chatte eller snakke med en veninde, imens der spilles.

“Der er 32, der spiller, men kun 16, der går videre - og næste gang er det kun 8, der går videre. Jeg har kun vundet det to gange.”

**Arthur, 11
år**

DE 15- 18 ÅRIGE:

Fokus er flyttet fra spil til TikTok og der spilles ikke på samme måde længere.



Game over?

DISCLAIMER: tal viser, at 12,4 % af danske 15-19 årige spiller mere end 40 timer om ugen. Denne adfærd er dog ikke synlig i denne kvalitative undersøgelse.

Blandt de 15-18 årige i undersøgelsen er der flere, der fortæller, at de ikke oplever spil som noget, der er fedt at bruge tid på længere. De fleste har spillet tidligere, bl.a. Sims, Roblox og Hayday nævnes som spil, der har optaget især pigernes tid. De forklarer deres manglende spilinteresse med, at det kan være svært at finde tid til at spille i en travl hverdag, samtidig med at der er kommet nye interesser til. Enkelte af drengene spiller stadig Fifa eller Counterstrike med deres venner, men her fremhæves det sociale aspekt mere end spillet i sig selv.

Deres svar kan dog ikke ses som repræsentative for denne aldersgruppe. Tal på danske unges spil og gaming vaner viser nemlig, at 96 % af drenge i alderen 13 til 19 år spiller computer. 10 procent af alle unge mellem 15 og 29 år, der spiller computer jævnligt, sidder foran skærmen i mere end 40 timer om ugen. En undersøgelse fra DR Medieforskning viser også, at 70 procent af alle piger mellem 13 og 19 år spiller computer.

Spil og gaming.

Opsummering: Fra kreativitet til konkurrence.

Spil er på lige fod med film og videoer en helt central del af de 7-18 åriges underholdningsordforråd, og fælles for de tre grupper er en oplevelse af, at man i spil er mere involveret, end når man ser film. Man er tættere på indholdet, tættere på historien, og man har muligheden for selv at påvirke begivenhedernes gang. Historien føles mere indlevende, fordi både hænder og hjerne aktiveres. Hos de 7-9 årige er spil en foretrukken aktivitet, der aktiverer og underholder på samme tid. Hos de 10-14 årige handler spil mere om sociale relationer, og konkurrence bliver en større del af spiladfærden hos drengene. De 15-18 årige i denne undersøgelse har flyttet fokus fra spil til TikTok og lignende kanaler, men ifølge kvantitative undersøgelser, er spilaktiviteten stadig meget stor i denne gruppe.

For de 7-9 årige er spil blot endnu en del af den underholdning, de gør brug af i hverdagen. Spil opleves af flere i gruppen som den foretrukne aktivitet, hvor både hjerne og hænder aktiveres, imens kroppen kan slappe af på sofaen. Spil opleves at aktivere og involvere på en måde, som hverken film eller serier kan, og de 7-9 årige sætter pris på følelsen af at være medskabere. De nyder både at skabe selv, at samskabe og at dele deres skabelser, hvorfor spil er en god aktivitet – både alene og sammen med andre.

Blandt de 10-14 årige er spil fortsat en meget udbredt aktivitet, men det sociale element af spil står tydeligere frem i denne gruppe. Her både vedligeholdes og skabes der nye venskaber gennem spil, og interessefællesskaber baseret på bestemte spil opstår og skaber nye bekendtskaber. Der kommer tydeligere kønsforskelle i spiladfærd, hvor pigerne mest søger hyggelig adspredelse, og drenge nu fokuserer mere på konkurrenceelementet i spillene.

De 15-18 årige i denne undersøgelse spiller ikke på samme måde, som de har gjort tidligere. Sims er byttet ud med mindre spil, der mest skal slå tid ihjel, og konkurrencespil handler mest om at tilbringe tid med vennerne. Meget af den tid der tidligere blev brugt på spil, er flyttet til TikTok. Det er vigtigt at bemærke, at kvantitative undersøgelser fastslår at der overordnet set er mange i denne aldersgruppe, der er meget aktive spillere.

Om undersøgelsens metode.

'Tæt på børn og unge' bygger på kvalitative data indsamlet i efteråret 2022, der består af:

- 41 mobiletnografiske dagbogsstudier med børn og unge i alderen 7 – 18 år, der dagligt i en periode på 7 dage har svaret på spørgsmål via deres mobiltelefon.
- 15 dybdegående hjemmeinterviews blandt 7-14 årige.
- Tre fokusgrupper og to dages deltagerobservation i tre skoleklasser (en 5. klasse, en 8. klasse og en 2.g klasse).

Samlet set har 122 børn og unge på tværs af hele Danmark bidraget til undersøgelsens indsigter.

Undersøgelsesdesignet er tilpasset de 7-9 årige, 10-14 årige og 15-18 årige for at tage højde for forskelle i abstraktionsniveauer og forudsætninger.

I tilrettelæggelsen af undersøgelsen har Filminstituttet bidraget med eksisterende viden, ligesom der er gennemført baggrundsinterviews med eksperter fra Københavns Universitet, Syddansk Universitet, Nordisk Film og medie- og ungeeksperter.

Will & Agency har det fulde ansvar for den foreliggende tekst og analyse.

Kontakt

Det Danske Filminstitut:

Sanne Juncker Pedersen / sannep@dfi.dk

Charlotte Giese / charlotg@dfi.dk