

Mulighet og risiko. Digital kulturpolitikk for barn og unge

Ole Marius Hylland og Bård Kleppe

Den norske kulturpolitikken har gjennom mer enn femti år inkludert målrettede satsinger på barn og unge. I tråd med endringer i både samfunnet, forståelsen av barn og unge, bruken av kunst og kultur, og kunstneres estetiske praksiser, har også kulturpolitikken gjennomgått endringer. Senest i april 2021 presenterte Kulturdepartementet en ny stortingsmelding om barne- og ungdomskultur.¹ Ved lanseringen uttalte daværende kulturminister Abid Raja følgende om forholdet mellom den digitale kulturelle virkeligheten og kulturpolitikken på barne- og ungdomsfeltet: «Vi må oppdatere oss, vi må oppdatere verkemidlene våre!»² Uttalelsen var basert på den ferske stortingsmeldingen, der det sto: «Det er behov for oppdaterte verkemidler som kommuniserer på premissene til barn og unge, i form av ny teknologi til å forløse potensialet unge har innad kunst og kultur.»³

1 Meld. St. 18 (2020–2021).

2 Kulturdepartementet 2021.

3 Meld. St. 18 (2020–2021): 48.

Det Raja kalte en oppdatering av virkemidler, handler om å videreutvikle verktøykassen for det man kan kalle en *digital kulturpolitikk*.⁴ Kulturpolitikk handler om systematisk finansiering, organisering, regulering og legitimering av kulturproduksjon.⁵ Det handler om å nå visse kulturpolitiske mål, og om å løfte bestemte deler av kunsten og kulturen gjennom å støtte eller regulere, eller gjennom å kompensere for såkalt markedssvikt. Digital kulturpolitikk forstår vi her som den delen av kulturpolitikken som eksplisitt forholder seg til produksjon, distribusjon og bruk av digitale kulturuttrykk. Svært mange kunst- og kulturuttrykk i dag er i realiteten digitale. Innenfor musikken, for eksempel, representerer både innspilling, formidling og avspilling i stor grad heldigitale prosesser. Men også en «analog» kunstform som litteraturen baserer seg i stor grad på digitale produksjonsteknikker – et fåtall forfattere skriver for hånd eller på skrivemaskin. Derfor er det nødvendig med en avgrensning av begrepet. Vi forstår digital kulturpolitikk som den delen av kulturpolitikken som retter seg mot nye kulturelle uttrykksformer – og en ny type kulturbruk – som forutsetter digitale medier, som er skjermbaserte, og som ofte er multimediale.

Den digitale kulturpolitikken bestemmes samtidig av noe mer enn at objektene for politikken skapes, spres og brukes i digital form. Når kulturpolitikken retter oppmerksomheten mot digitale kulturuttrykk spesielt og digital mediering av kultur generelt, får den også et preg av å være medie-, kommunikasjons- og teknologipolitikk. Digital kulturpolitikk karakteriseres av en form for konvergens mellom disse forskjellige politikkområdene, og av det kulturforskerne Jonathan Roberge og Philippe Chantepie beskriver som «entanglement between digital technologies, culture, media, and public policy-making».⁶ Som vi skal se i denne artikkelen, er den digitale kulturpolitikken også preget av en balansegang mellom et søkelys på mulighet og et søkelys på risiko eller bekymring.

4 Se Hylland 2020.

5 Mangset & Hylland 2017.

6 Roberge & Chantepie 2017: 295–296. Se også Valtysson 2020.

Denne artikkelen handler om utviklingen av en digital kulturpolitikk for barn og unge, og den retter særlig blikket mot dataspillpolitikken. For å illustrere og understreke kompleksiteten i den digitale kulturpolitikken vil vi også se på hvordan politikken forholder seg til ulike sosiale medier, og spesielt til den bruken av ulike kulturuttrykk som foregår på YouTube. Barn og unges digitale kulturbruk favner bredt. Den inkluderer for eksempel strømming av musikk, strømming av filmer og serier, kulturelle uttrykk i sosiale medier, digitale kulturuttrykk i Den kulturelle skolesekken, e-bøker, digital formidling i museene. I sin helhet vil en digital kulturpolitikk for barn og unge derfor måtte forholde seg til flere kulturuttrykk og formidlingskanaler enn dataspill og YouTube. Dataspill og YouTube skiller seg riktignok ut i tidsbruk, og fordi de langt på vei representerer en type heldigitale kulturuttrykk. Vi vil derfor konsentrere oss om denne delen av den digitale kulturpolitikken.

De overordnede spørsmålene i artikkelen er disse: Hvilken utvikling kan vi se i de holdninger til barn og unges digitale kulturbruk som kommer til uttrykk i kulturpolitikken generelt og dataspillpolitikken spesielt? Hvordan kan den digitale kulturpolitikken utvikles fremover for å nå de overordnede kulturpolitiske målene på dette feltet?

Bakgrunn: digital og plattformbasert kultur

Dataspill er et heldigitalt kulturuttrykk som er svært viktig i hverdagen til barn og unge. Ifølge Medietilsynet spiller de aller fleste 9–18-åringene en eller annen form for dataspill daglig, og blant gutter er andelen 96 prosent.⁷ Dataspill er en voksende kultur- og eksportnæring, og utgjør en av de største delene av norsk kultureksport målt i inntekter.⁸ Gaming er i økende grad vurdert som en konkurranseidrett, med

7 Medietilsynet 2020: 92.

8 Virke produsentforeningen u.å. Om man sammenligner tallene i denne rapporten med tall fra rapporten *Kunst i tall 2018*, ser man at det faktisk var den største kultureksporten dette året (Sjøvold mfl. 2019).

eliteutøvere, profesjonelle lag og store mesterskap. Aktiviteten er dermed blitt både en tilskueraktivitet og en deltageraktivitet. Samtidig har dataspill fått status som en støtteverdig kulturform med egne kulturpolitiske strategier og stortingsmeldinger, og dataspill blir i stigende grad sett på som et verktøy for læring og utdanning, i både kultursektoren og undervisningssektoren.⁹

YouTube er et eksempel på en plattform og formidlingskanal som det av flere grunner er nødvendig for kulturpolitikken for barn og unge å forholde seg til: For et ungt publikum er denne plattformen blant de viktigste kildene til underholdning, informasjon og kulturuttrykk av svært ulik karakter.¹⁰ Ni av ti 9–18-åringer bruker YouTube daglig.¹¹ Samtidig er plattformen et sosialt medium, en kanal for kreativitet, et sted for salg og kommersiell virksomhet, et sted for opplæring og instruksjon, et oppslagsverk med mer.

Både våre egne og andre studier viser at kultur- og mediebruken blant ungdom i dag i stor grad foregår på skjermer og via digitale plattformer. I artikkelen «En digitalt utvidet kulturstatistikk» viser vi hvordan mellom nitti og hundre prosent av alle niendeklassingene i vår undersøkelse bruker plattformene YouTube, Snapchat og Instagram daglig, mens bruken av TikTok ligger rett bak.¹² Sosiale medier og dataspill dominerer også tidsbruken deres, sammen med lytting til strømmet musikk. Smarttelefonen er den klart viktigste enheten for kultur- og mediebruk i denne aldersgruppen. Resultatene bekrefter og utdyper tendenser fra sammenlignbare undersøkelser.¹³

En stadig større del av kulturbruken i dag foregår via store digitale plattformer. Begrepet «plattform» er derfor viktig for å forstå den

9 Se f.eks. Stengrundet 2017; Fagervik 2019; Steinbråten 2019. Et talende eksempel på integreringen av dataspill og undervisning er at det i 2020 ble publisert en egen lærebok i spillpedagogikk, rettet mot studenter i lærerutdanningen, se Skaug mfl. 2020.

10 Pires mfl. 2019, Folkvord mfl. 2019, Tolbert & Drogos 2019.

11 Medietilsynet 2020: 23.

12 Hylland & Kleppe 2022.

13 Se f.eks. Medietilsynet 2020.

digitale kulturen, og det har stor relevans for den digitale kulturpolitikken. Kort sagt er plattformer her å forstå som type digitale infrastrukturer som legger til rette for kontakt mellom produsenter og brukere av kulturuttrykk, og som slik bidrar til nye måter å formidle kunst og kultur på. Ifølge José van Dijck, Thomas Poell og Martijn de Waal er plattformer leverandører av programvare, maskinvare og tjenester som tilpasser og omgjør sosial aktivitet til en digital struktur, som van Dijck tidligere har beskrevet som en «computational architecture».¹⁴ Men plattformer er mer enn en teknisk leverandør av innhold. Plattformer utgjør en infrastruktur for sosial interaksjon og en stadig mer betydningsfull infrastruktur for kulturbruk. Den økende innflytelsen til og betydningen av plattformene har blitt omtalt som plattformisering og innebærer «the reorganisation of cultural practices and imaginations around platforms».¹⁵ Kulturpolitikkenes verktøykasse, som blant annet handler om produksjonsstøtte, aktiv distribusjon av kulturuttrykk, reguleringer og lovverk, er ikke nødvendigvis tilpasset plattformenes økende betydning. Det betyr for eksempel at mulighetene til å påvirke hva som produseres, hvordan det distribueres, og hvem det distribueres til, samt å legge til rette for kulturbruk, er langt færre. Dette innskrenkede handlingsrommet preger også innretningen på den digitale kulturpolitikken, noe vi kommer tilbake til i avslutningen av artikkelen.

Utvikling av en kulturpolitikk for barn og unge

Når vi skal beskrive og analysere utviklingen av kulturpolitikken for barn og unge, er det flere typer politiske dokumenter som det er viktig å forholde seg til, ikke minst stortingsmeldinger, budsjett dokumenter og strategier. I disse dokumentene beskrives ideene og målene som ligger til grunn for utviklingen av de kulturpolitiske virkemidlene. Det er

14 van Dijck, Poell & Wahl 2018; van Dijck 2013: 29.

15 Poell mfl. 2019: 6.

denne typen dokumenter som utgjør det empiriske grunnlaget for denne artikkelen. De viktigste er de følgende: De to siste kulturmeldingene (fra 2002 og 2018),¹⁶ *Kulturutredningen 2014*,¹⁷ stortingsmeldingen om dataspill fra 2007¹⁸ og Kulturdepartementets dataspillstrategi fra 2019,¹⁹ stortingsmeldinger om bibliotek,²⁰ om Den kulturelle skolesekken²¹ og om filmpolitikk,²² samt stortingsmeldingen om barne- og ungdomskulturpolitikk fra 2021.²³ For å sette de siste to tiårenes utvikling i en større sammenheng har vi i tillegg valgt å inkludere en kort gjennomgang av relevante elementer fra kulturmeldingene fra 1970- og 1980-tallet.

Vi har lest de kulturpolitiske dokumentene for å se på hvilke ideer og ambisjoner som er knyttet til digitalisering generelt og til digital kultur for barn og unge spesielt. Vi har vært særlig interessert i å se nærmere på de holdninger til digitale kulturuttrykk som kommer til uttrykk i de aktuelle dokumentene. Dette er holdninger som knytter seg til det implisitt eller eksplisitt normative elementet i kulturpolitikken, og som for eksempel kan gi seg utslag i at visse kunstneriske og kulturelle former og praksiser anses å ha høyere verdi enn andre, og derfor prioriteres i utformingen og bruken av kulturpolitiske virkemidler.

I den siste kulturmeldingen, *Kulturens kraft* (2018), kan vi lese følgende om hvorfor barn og unge er viktige når kulturpolitikken skal utformes:

Barn og unge er ei viktig målgruppe, både som publikum og som aktive deltakere, men òg fordi dei kjem til å bli publikum, kulturprodusentar og kunstnarar i framtida. Barn og unge har rett til å delta i kunst- og

16 St.meld. nr. 48 (2002–2003) og Meld. St. 8 (2018–2019).

17 NOU 2013: 4.

18 St.meld. nr. 14 (2007–2008).

19 Kulturdepartementet 2019a.

20 St.meld. nr. 23 (2008–2009).

21 St.meld. nr. 8 (2007–2008).

22 St.meld. nr. 22 (2006–2007).

23 Meld. St. 18 (2020–2021).

kulturlivet og skal kunne oppleve og skape kultur på egne premisser. Dei skal få møte det beste kunst- og kulturlivet har å tilby, dei skal ha tilgang til kunst og kultur som dei opplever som relevant, og som kan gi dei grunnleggjande kulturelle referansar, læring og glede.²⁴

Kulturmeldingen peker på at målgruppen bør *prioriteres*. Dette innebærer blant annet å møte barn og unge på deres egne arenaer:

Barn og unge er ei målgruppe som bør prioriterast. Kulturlivet må møte dei behova og interessene barn og unge har, og dra veksling på kunnskapane og erfaringane deira for å vere tilgjengeleg og relevant no og i framtida. Kulturlivet kan fremje engasjementet for norsk kultur blant unge ved å gi dei tilbod om kulturelle opplevingar der dei er. Det inneber at kulturfeltet både må løfte fram tematikk som opptek barn og unge, og utfordre dei på ukjend tematikk på ein måte som fangar interessa deira. Det må skapast nye produksjonar retta særleg mot ungdom som målgruppe, og ein må bruke dei kanalane som dei unge føretrekkjer.²⁵

Meldingen argumenterer altså i stor grad for at det er barn og unges behov, interesser, erfaringer, kanaler og møtesteder som skal legge premisene for utviklingen av det kulturpolitiske virkemiddelapparatet. Disse argumentene finner vi også igjen i stortingsmeldingen fra 2021 om kulturpolitikk for barn og unge, der barn og unges medvirkning er sterkt vektlagt.²⁶

Stortingsmeldingen *Oppleve, skape, dele* (2021) er det foreløpig siste bladet på en mer enn femti år gammel gren av kulturpolitikken. Historisk sett har den politiske interessen for barn og unges kulturbruk handlet like mye om sosialpolitikk som om kulturpolitikk. Slik har

24 Meld. St. 8 (2018–2019): 40.

25 Meld. St. 8 (2018–2019): 81.

26 Meld. St. 18 (2020–2021). Her står det for eksempel at det i arbeidet med meldingen har vært spesielt viktig å høre hva barn og unge selv mener.

også skolen blitt en relevant arena for kulturpolitikken, og argumenter fra sosialpolitikken, skolepolitikken og kulturpolitikken har løpt over i hverandre. Et av de aller første offentlige organiserte kulturtilbudene til barn i Norge var barnebibliotek og egne barneavdelinger ved de offentlige bibliotekene. Dette skjedde rundt århundreskiftet 1900, og begrunnelsen var primært av sosialpolitisk karakter. Et av de viktigste argumentene for å opprette barnebibliotek i norske byer var at dette kunne beskytte barna mot «det demoraliserende gateliv».²⁷ En lignende argumentasjon lå bak opprettelsen av fritids- og ungdomsklubber fra tidlig 1950-tall.²⁸

En eksplisitt kulturpolitikk for barn og unge ble først etablert i andre halvdel av 1960-tallet. Det skjedde med en avsetning i Kulturrådet øremerket barne- og ungdomslitteratur.²⁹ I samme periode vokste det frem en ny forståelse av barns egen kultur og deres rolle som kulturutøvere. Vi ser dette formulert for eksempel i kulturmeldingen fra 1974, *Ny kulturpolitikk*, der det i tråd med 1970-tallets rådende pedagogikk argumenteres for at «[a]lle barn er potensielle skapende kunstnarar».³⁰ Bevisstheten om og aksepten for barns egne kulturelle interesser har vedvart frem til våre dager og har i nyere tid blitt synlig blant annet gjennom bibliotekenes utlån av dataspill, egne spillkvelder i biblioteker og lignende. Parallelt med dette har likevel deler av den sosialpolitiske argumentasjonen og bekymringen blitt værende. De argumentene som har blitt ført for betydningen av ungdomsavdelinger ved bibliotekene på 2000-tallet, er sammenlignbare med dem som ble ført hundre år tidligere: Det å gi ungdom et sted å være, å henge eller å gjøre lekser, er fremdeles en del av den politiske legitimeringen av disse tilbudene.³¹

27 Tveit 2016.

28 Ødegård 2016: 19.

29 Simonsen mfl. 2008: 7.

30 St.meld. nr. 52 (1973–74): 52.

31 Se Tveit 2016.

Utvikling av en digital kulturpolitikk

Den allmenne digitale kulturpolitikken kan sies å ha utviklet seg stegvis og sedimentært.³² Nye ideer, begrunnelser og tiltak har blitt innlemmet over tid, ikke som erstatning for de allerede eksisterende, men som et tillegg. De første omtalene av de digitale mulighetene i kulturpolitisk sammenheng på 1970- og 1980-tallet handler særlig om tilgjengeliggjøring av eksisterende innhold, altså knytter de seg opp mot en form for dokumentasjons- og informasjonspolitik. I kulturmeldingen fra 1981, *Kulturpolitikk for 1980-åra*, beskrives muligheten for å «lagre data og kunnskap i eit omfang som før var utenkjeleg, og særleg er det uendelig raskare og enklare å finne fram og sortere informasjon på den måten ein måtte ønskje».³³ Både i kulturmeldingene og i offentlige utredninger fra 1970- og 1980-tallet finner vi et tydelig ønske om å forstå omfanget og effekten av de teknologiske endringene som var i emning. I 1990-åra vil «vanlege hushald bruke teledata», skrives det i en NOU fra 1980, og i kulturmeldingen fra 1981 spås det at den nye teknologien «vil påverke samfunnet og kvardagen til alle i sterk grad».³⁴

Poengeteringen av mulighetene i den digitale dokumentasjons- og informasjonspolitikken fortsetter inn på 1990-tallet. I denne perioden er de kulturpolitiske dokumentene særlig preget av en ambisjon for utvikling av ABM-sektoren (arkiv, bibliotek og museum) og av ideer for tilgjengeliggjøring og formidling av kulturarv.³⁵ Samtidig vokser det frem nye kulturpolitiske erkjennelser, blant annet tanken om at de nye digitale mediene også kan være kunstneriske uttrykksmiddel. Her skjer

32 Se Dubois 2015 og Henningsen 2015. Enkelte deler av dette delkapitlet er basert på artikkelen «Digital kulturpolitikk. Om en langsom utvikling på et politikkområde» (Hylland 2020), som bygger på en kronologisk nærlesning av sentrale kulturpolitiske dokumenter fra 1970-tallet til 2010-tallet.

33 St.meld. nr. 23 (1981–1982): 32.

34 St.meld. nr. 23 (1981–1982).

35 Jf. Hylland 2020 og særlig St.meld. nr. 22 (1999–2000) og St.meld. nr. 48 (2002–2003).

det blant annet en tydelig endring hos Norsk kulturråd på midten av 1990-tallet. I årsmeldingen for 1996 står det for eksempel at rådet vil «stimulere til at nye digitale medier blir brukt til å formidle kulturstoff på nye måter, og at de blir tatt i bruk som kunstnerisk uttrykksmiddel».³⁶

Der 1970- og 1980-tallets kulturpolitiske dokumenter var preget av ambisjoner og nysgjerrighet overfor utviklingen, er de senere tiårenes dokumenter mer preget av en resignert usikkerhet og en erkjennelse av at alle er nødt til å forholde seg til utviklingen.³⁷ I kulturmeldingen fra 2002, *Kulturpolitikk fram mot 2014*, blir internett forstått som et sentralt medium med potensiell relevans for alle deler av kultursektoren. Den teknologiske og digitale konteksten er nå en helt annen enn ved den foregående kulturmeldingen, *Kultur i tiden* fra 1992. I de ti årene som hadde gått mellom de to meldingene, hadde en rekke viktige digitale nyvinninger sett dagens lys: introduksjonen av en spillkonsoll som PlayStation (1994), allmenn tilgang til internett (1996), mp3-formatet og mp3-spillere (1998), og lanseringen av musikkdelingsplattformen Napster (1999). Et genuint nytt element i den digitale kulturpolitikken kommer med inkluderingen av dataspill i kulturmeldingen i 2002.³⁸ Dataspill – et heldigitalt kulturprodukt – får slik en viss kulturpolitisk anerkjennelse, selv om meldingen også uttrykker en tradisjonell kulturpolitisk bekymring for den kommersielle kulturindustriens produkter. Når dataspill noen år senere blir gjenstand for en egen stortingsmelding, har riktignok nye og mer positivt ladede begreper blitt knyttet til dette kulturuttrykket: Det er til «glede og underholdning for svært mange mennesker i Norge».³⁹

Den norske digitale kulturpolitikken har utviklet seg som en overordnet politikk for dokumentasjon, informasjon, teknologi, tilgjengeliggjøring og demokratisering, underholdning, innovasjon og

36 Kulturrådet 1997: 28.

37 Jf. Hylland 2020.

38 St.meld. nr. 48 (2002–2003).

39 St.meld. nr. 14 (2007–2008): 6.

næring. Utviklingen har også vært preget av en rekke mer spesifikke kulturpolitiske diskusjoner, for eksempel knyttet til digitalisering av kulturarven, moms på e-bøker og spørsmålet om digitalt mediemangfold. Slik har stadig flere elementer kommet inn i den digitale kulturpolitikken, og politikkområdet og virkemiddelapparatet har gradvis blitt mer sammensatt. Parallelt med denne utviklingen, og med aksepten og anerkjennelsen av digitale kunst- og kulturuttrykk, løper det ikke desto mindre en tydelig ambivalent, tvisynt tråd. Allerede i kulturmeldingen *Ny kulturpolitikk* fra 1974 beskrives en kulturpolitikk som skal inkludere massemedier i kulturpolitikken. I den forbindelse uttrykkes en bekymring for massemedienes passivisering: «Det skjer [...] ein einvegskommunikasjon som ofte passiviserer mottakarane rundt omkring i landet.»⁴⁰ I kulturmeldingen fra 1981, *Kulturpolitikk for 1980-åra*, beskrives de mange mulighetene og endringene som ny datateknologi vil medføre. Samtidig forskutteres en utfordring som på mange måter har blitt aktualisert med de siste årenes tendenser til plattformisering av kulturlivet:

Over telenettet er det mogleg å kople seg til databasar nesten same kor dei ligg i verda. Men samtidig skaper denne utviklinga fare for faktiske informasjonsmonopol hos dei som byggjer opp og forvaltar slike databaser. Store fleirnasjonale selskap vil her sannsynlegvis få ei dominerande rolle, mange med hovudbase i Sambandsstatane.⁴¹

I en kulturmelding to år senere beskrives «massespreiing av kulturprodukt som ikkje held kvalitative mål» som en utfordring som massemedier og «den elektroniske utviklinga» stiller kulturpolitikken overfor.⁴² På en lignende måte formulerer Kulturdepartementet endelig en bekymring i *Kulturpolitikk fram mot 2014* for at internett bidrar til en

40 St.meld. nr. 8 (1973–74): 35.

41 St.meld. nr. 23 (1981–1982): 32.

42 St.meld. nr. 27 (1983–84): 12.

globalisering som også kan innebære «ei gjennomgripande kulturell einsretting».⁴³

Fra de første formuleringene og forsiktige spådommene i 1970- og 1980-tallets kulturmeldinger og frem til Kulturdepartementets dataspillstrategi fra 2019 ser vi at muligheter og utfordringer ved det digitale løftes frem i samme åndedrag. Samtidig har balansen mellom muligheter og utfordringer endret seg.

Dataspill i kulturpolitikken

I kulturmeldingen fra 2003 ligger det en nokså radikal erkjennelse av at det er en kulturpolitisk oppgave å sikre gode rammer for produksjon, distribusjon og bruk også av heldigitale kulturprodukter som dataspill: «[D]et er ei offentleg oppgåve å tryggja at det i eit lite land som Noreg er eit tilbod av film og andre audiovisuelle produksjonar som reflekterer vår historie, vår kultur og vårt språk.»⁴⁴ Det argumenteres for at barn og unge bør kunne tilbys alternativer til det som finnes på markedet, siden «[d] ataspel som primært vender seg til born og unge, [ofte er] prega av vald og action».⁴⁵ Ett av tiltakene som ble lansert i denne meldingen, var en forsøksordning med tilskudd til «prosjektutvikling innanfor nye medium».⁴⁶

Kulturmeldingen fra 2003 anerkjenner at den digitale utviklingen har særlig stor betydning for barn og unge, siden digital mediebruk «inneber [...] at born og ungdom ikkje lenger er avskjerma frå omverda når dei er heime».⁴⁷ Det er en tvetydighet i dette poenget. På den ene siden innebærer manglende avskjerming en form for svakere beskyttelse av barndommen. Samtidig, som kulturmeldingen understreker, kan den digitale mediebruken fungere som en forberedelse til et

43 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 28.

44 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 149.

45 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 12.

46 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 145.

47 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 29.

voksenliv der den nye teknologien vil spille en mer gjennomgripende rolle enn i dag. Hensynet til digital kompetanse og til mulig vekst på dette området brukes som argument for at *kvalitet* bør være et stikkord:

Utviklinga av digital kompetanse hjå born er viktig mellom anna for å kunne ta del i framtidige utdanningstilbod og for å motverka at nye skiljeliner veks fram. Nye medium og nye medieprodukt, inkludert data-spel, vil truleg vera eit vekstområde i den norske kunnskapsøkonomien. Dette tilseier at kvalitet på dette kulturområdet vert ei viktig rettesnor for politikktutforminga.⁴⁸

Selv om det ikke nevnes eksplisitt i teksten, forholder kulturmeldingen seg til en allmenn bekymring om at skjermbruk er passiviserende. Det anerkjennes likevel at skjermbasert aktivitet ikke *bare* er passivt eller skadelig: «Aktivitatar som å sjå fjernsyn eller spela dataspel kan ikkje berre vurderast som passivt eller skadeleg tidsfordriv. Tvert om er dette aktivitatar som er svært viktige.»⁴⁹ Begrunnelsen var at barn gjennom disse mediene blir integrert i sosial samhandling, også på tvers av sosiale og kulturelle skiller, og at de blir fortrolig med et «arsenal av historier, idear og førestellingar».⁵⁰

Signalene i kulturmeldingen fra 2003 ble fulgt opp i en egen stortingsmelding om dataspill fem år senere.⁵¹ *Dataspill* ble i flere medier omtalt som «verdens første stortingsmelding om dataspill» eller med lignende formuleringer.⁵² I meldingen argumenteres det for at dataspill skal inngå i kulturpolitikken, fordi det er et behov for å sikre barn og unge tilgang til alternative produksjoner med norsk språk og innhold. I tillegg gir dataspill «arbeids- og utviklingsmuligheter til en rekke

48 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 29.

49 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 29.

50 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 29.

51 St.meld. nr. 14 (2007–2008).

52 F.eks. i VG (Olsen 2008). Formuleringen stammer trolig fra daværende kulturminister Trond Giske, som presenterte meldingen. Se også Brinch 2008.

yrkesgrupper innen kunst og kultur» og er «til glede og underholdning for svært mange mennesker i Norge». ⁵³ Noen av poengene var forskuttet året før, i stortingsmeldingen *Veiviseren*, som omhandlet norsk filmpolitikk. ⁵⁴ Her ble dataspill omtalt som «et sentralt kulturuttrykk», og som en viktig del av barn og unges mediehverdag. ⁵⁵

Stortingsmeldingen om dataspill er overveiende deskriptiv. Den beskriver det norske og det internasjonale spillmarkedet, veien fra idé til produkt, tall og statistikk om bruk av dataspill, og om dem som spiller. Det signaliseres en viss bevegelse i både den politiske og den generelle oppfatningen av spill og spillere, og det gjøres forsøk på å komme fordommer i møte:

Et tradisjonelt bilde av en spillentusiast er at han/hun er et sosialt isolert individ som sitter foran skjermen hele dagen. Denne forståelsen gjelder ikke i dag. Spillvaner og bruk av spillmediet har endret seg dramatisk. Spill er i økende grad en sosial aktivitet som finner sted både i form av ulike typer sosiale treff og på Internett. ⁵⁶

Selv om slike formuleringer åpner for spillings positive sider, er meldingen likevel preget av et gjennomgående tvisynt perspektiv på dataspill. Blant annet er et eget kapittel med tittelen «Bevisstgjøring» dedikert de mulige problemene ved spilling av dataspill. En dobbelthet ble også formulert av daværende kulturminister Trond Giske på pressekonferansen der stortingsmeldingen ble presentert: «Jeg synes de negative sidene ved spill ofte får alt for stor oppmerksomhet i forhold til de positive. Meldingen er veldig positivt innrettet, men vi må også ta de som blir spillavhengige på alvor og passe på at barn og unge ikke får tak i spill som kan være skadelige for dem.» ⁵⁷

53 St.meld. nr. 14 (2007–2008): 6.

54 St.meld. nr. 22 (2006–2007).

55 St.meld. nr. 22 (2006–2007): 78.

56 St.meld. nr. 22 (2006–2007): 41.

57 Olsen 2008.

Bibliotekene som mellomledd

Et nytt virkemiddel som ble introdusert med dataspillmeldingen i 2003, var å la bibliotekene ta en rolle som forvaltere av dataspill. Meldingen varslet en kommende utredning om en mulig innkjøps- og utlånsordning for norske dataspill i regi av folkebibliotekene. Med en slik ordning ville dataspill bli introdusert på en arena som gjennom mer enn hundre år hadde formidlet kultur til barn og unge.⁵⁸ Stortingsmeldingen *Bibliotek. Kunnskapsallmenning, møtestad og kulturarena i ei digital tid* kom i 2008. Her finner vi en optimistisk visjon om de positive konsekvensene av dataspill i bibliotekene: «Utprøving av dataspel i bibliotek er også ein aktivitet som kan gje dei unge nye opplevingar i biblioteket, åleine eller saman med andre.»⁵⁹ Og vidare: «Tilbod om dataspel kan vere med på å gjere biblioteka attraktive for nye grupper. Spel er eit sosialt medium, det gjev gode felles kulturopplevingar og er eit kulturuttrykk som alle bør få tilgjenge til.»⁶⁰

Familie- og kulturkomiteens innstilling til bibliotekmeldingen var fullt ut på linje med den positive holdningen til dataspillenes muligheter. Innstillingen inneholdt blant annet en formulering som denne: «Dataspill er i dag en viktig del av barn og unges kultur. Bibliotekene kan bidra til å skape sosiale og trygge rammer rundt dataspill og samtidig gi dette kulturuttrykket en rettmessig plass i lokale aktiviteter.»⁶¹ Selv om det allerede fantes enkelte folkebibliotek som hadde inkludert spillkonsoller og dataspill i tilbudet sitt til barn og unge, ble kulturkomiteens innstilling et vendepunkt for posisjonen til og legitimeringen av dataspill innenfor kulturpolitikken. Da nyheten ble presentert om at dataspill skulle inngå i tilbudet til folkebibliotekene, påpekte komiteens leder May Hansen (SV) blant annet at dataspill på bibliotekene ville bygge

58 Se Tveit 2016.

59 St.meld. nr. 23 (2008–2009): 48.

60 St.meld. nr. 23 (2008–2009): 61.

61 Innst. S. nr. 320 (2008–2009): 14.

ned klasseskiller: «Det fins barn i Norge som ikke har råd til å spille dataspill, og som har foreldre som ikke kan kjøpe konsoller. Både det å ha tilgjengelige spill på biblioteket og det å kunne låne hjem er viktig.»⁶²

Med bibliotekmeldingen og innstillingen til denne som bakgrunn ble det innført en innkjøpsordning for dataspill for norske folkebibliotek i 2011. Ordningen administreres nå av Norsk filminstitutt, og formålet beskrives slik: «Ordningen gir bibliotekene tilgang til en rekke norske dataspill. Spillene kan benyttes til utlån, eller til spilling i bibliotekets lokaler, som i sin tur skal bidra til å gjøre bibliotekene til en møteplass for barn og unge med spillinteresse, og styrke interessen for norske dataspill.»⁶³

Introduksjonen av dataspill på folkebibliotekene er et eksempel på hvordan ny digital kultur blir relatert til og forankret i den etablerte kulturpolitikken redskaper og institusjoner. Når dataspill ble inkludert i bibliotekenes samlinger og i deres samfunnsoppdrag, var det med den samme kulturpolitiske legitimeringen som gjaldt for mer tradisjonelle kulturuttrykk. Spillpolitikken skulle bidra til at det fantes trygge, gode, norske spill på markedet, og spillene skulle demokratiseres gjennom å gjøre dem tilgjengelige for så mange som mulig. Dataspill i bibliotek skulle også fungere som agn for *annen* kultur og lette formidling av denne. Dette er en tradisjonsrik idé i norsk kulturpolitikk som sosiologen Per Mangset har kalt nissen på lasset-metoden.⁶⁴ Det som er lettere tilgjengelig, plasseres sammen med det som ikke er like tilgjengelig, men som man ønsker å skape større interesse for.

Et nytt felt: dataspillpolitikken

Medieviteren Rune Klevjer har undersøkt hvordan dataspill har blitt inkludert i kulturpolitikken i ulike europeiske land, og beskriver Norge

62 Siebke, Owe & Grønbech 2009.

63 Norsk filminstitutt 2020.

64 Mangset 1992: 43.

og Frankrike som «early pioneers of dedicated state funding for videogames».⁶⁵ Innfallsvinkelen til disse to pionerlandene skilte seg imidlertid fra hverandre, skriver Klevjer. Mens Frankrike la vekt på originalitet og næringspotensial, var Norge opptatt av at dataspillene skulle fortelle gode og viktige (og gjerne også nasjonale) fortellinger. Samtidig mener Klevjer å spore en viss endring i den kulturpolitiske behandlingen av dataspill i Norge i årene frem mot 2008, da artikkelen hans ble publisert. Endringen ble bekreftet ti år senere, høsten 2019, da Kulturdepartementet lanserte *Spillerom. Dataspillstrategi 2020–2022* og slik satte dataspill enda høyere opp på den kulturpolitiske agendaen.⁶⁶ Introduksjonen til strategien beskriver en tredelt ambisjon: «Med denne strategien vil regjeringen løfte dataspill som selvstendig kulturuttrykk, kunstform, næring og fritidsaktivitet. Dataspill er et relativt ungt kulturuttrykk, men er like fullt en selvstendig og viktig del av norsk kulturliv.»⁶⁷ Dataspill er altså viktig som både kunst, næring og fritidsaktivitet, og i forordet til strategien er det nettopp dette siste punktet Trine Skei Grande, daværende kulturminister og ansvarlig for strategien, fremhever når hun beskriver sitt eget forhold til kulturuttrykket: «Jeg spiller dataspill for å koble av – for å tre ut av denne verdenen og inn i en annen. Et sted som stiller andre krav, hvor jeg kan hente krefter og underholdes.»⁶⁸ Statsråden bruker også en ny type kulturpolitisk beskrivelse av denne kulturformen: «Dataspill er kunstuttrykk. De beste dataspillene lar oss se verden med nye øyne. Det kan gi unik innsikt i andres situasjon og det kan lære oss om oss selv.»⁶⁹

Grandes innledning og strategiens ambisjoner signaliserer et skille i dataspillenes posisjon i den digitale kulturpolitikken. Spill blir omtalt som kunst, og de legitimeres på samme måte som kunst tradisjonelt har blitt legitimert: som utfordrende, som kilde til innsikt, som verdifulle

65 Klevjer 2008: 79. Også Danmark var tidlig ute på dette området, jf. Balling 2011.

66 Kulturdepartementet 2019a.

67 Kulturdepartementet 2019a: 5.

68 Kulturdepartementet 2019a.

69 Kulturdepartementet 2019a.

uttrykk for kreativitet. Men strategien uttrykker også en prinsipielt viktig anerkjennelse av den kulturpolitiske verdien i digitalfødte kulturuttrykk som sådan. Det potensielt *negative* ved dataspill, som har fått behørig omtale i tidligere kulturpolitiske dokumenter, blir her raskt utkvittert med en henvisning til Medietilsynet: «Medietilsynet har ansvar for å forebygge problemskapende bruk av dataspill gjennom Handlingsplanen mot spilleproblemer. Denne strategien behandler ikke slike spørsmål.»⁷⁰

Dataspillstrategien omtaler fire mål for dataspillpolitikken:

- Et variert tilbud av dataspill av høy kvalitet
- En profesjonell og mangfoldig dataspillbransje
- Gjennomslagskraft for norske dataspill
- En inkluderende og tilgjengelig dataspillkultur⁷¹

Vi ser at næringsaspektet ved dataspill er et viktig moment i strategien. Samtidig knyttes mange av de etablerte kjerneverdiene i den norske kulturpolitikken også til dataspill: Kvalitet, profesjonalitet, mangfold, inkludering, tilgjengelighet. Kvalitetsbegrepet i strategien favner både det som kalles kulturell verdi, og det som kalles kunstnerisk kvalitet:

Kvalitet i norske dataspill omfatter både kulturell verdi og kunstnerisk kvalitet. Kulturell verdi handler om å skildre og fortolke den kulturen og det samfunnet vi lever i på en måte som engasjerer, underholder og begeistrer. Kunstnerisk kvalitet handler om originale verk som estetisk og fortellermessig er med på å utvikle og fornye dataspilluttrykket og som utfordrer, beriker og gir rom for ettertanke.⁷²

70 Kulturdepartementet 2019a: 8.

71 Kulturdepartementet 2019a: 10.

72 Kulturdepartementet 2019a: 10.

Spillerom er et av de siste kulturpolitiske dokumentene som eksplisitt forholder seg til barn og unges (og voksnes) digitale kultur. Strategien illustrerer hvordan den digitale kulturpolitikken har utviklet seg gjennom nye talemåter og nye legitimeringsøvelser, det vil si gjennom nye måter å beskrive og nye måter å forstå digital kultur på. Den digitale kulturpolitikken for barn og unge består også av forsøk på og forslag til hvordan en bredere kulturpolitisk aksept kan omsettes til kulturpolitisk praksis.

Dataspill og Den kulturelle skolesekken

Den kulturelle skolesekken (DKS) er og har lenge vært et særlig viktig virkemiddel i den norske kulturpolitikken for barn og unge, og trolig er dette det enkeltstående kulturpolitiske tiltaket som flest barn og unge i Norge kommer i kontakt med.⁷³ Hvilken plass har digitale og digitaliserte kulturuttrykk og digitale plattformer innenfor denne satsningen?

DKS har siden etableringen i 2002 først og fremst handlet om fysiske, analoge kunstmøter og kunstopplevelser. Det er derfor lite overraskende at digitale kulturuttrykk har hatt en relativt beskjeden rolle innenfor denne ordningen. I stortingsmeldingene *Kulturell skolesekk for framtida* og *Den kulturelle skolesekken* er det for eksempel ingen relevante omtaler av digitale medier, internett, datamaskiner, dataspill eller lignende.⁷⁴ I løpet av de siste årene har imidlertid DKS i noe større grad blitt også en digital skolesekk. Et eksempel fra DKS er prosjektet FoNT (Formidlingsformer og ny teknologi), som startet i 2018, og som undersøkte hvordan digital teknologi kan brukes til å skape nye formidlingsmodeller for kunst og kultur.⁷⁵ Et annet prosjekt i 2019 undersøkte mulighetene for å inkludere dataspill som kunst- og

73 Se Brevik og Christophersen 2013, Bjørnsen 2009.

74 St.meld. nr. 8 (2007–2008) og St.meld. nr. 38 (2002–2003).

75 Se Kulturtanken u.å.

kulturuttrykk. Prosjektet ble fulgt opp med en rapport som ble publisert i januar 2020, *Dataspill som kulturuttrykk i DKS-ordningen*.⁷⁶ Et av forslagene i denne rapporten er at man oppretter en prøveordning for en kategori kulturuttrykk i DKS som samles under navnet «spill og interaktive medier», og som inkluderer VR (virtuell virkelighet), AR (utvidet virkelighet) og «egne apper».⁷⁷ At pandemien slo inn kort tid etter, i mars 2020, gjorde at digitale kulturproduksjoner, digital litteraturformidling og digitale utstillinger på kort tid ble både svært aktuelle og nødvendig.⁷⁸

Disse forsøkene med en utvidelse av Den kulturelle skolesekken kan gjerne ses som en digital nyorientering. Det apparatet som gjennom nærmere tju år har vært basert på tanken om den unike kvaliteten i fysiske møter mellom barn og profesjonell kunst av høy kvalitet, er i ferd med å åpne et nytt rom i skolesekken. I dette rommet kan det gis plass til det som aktiverer og underholder gjennom interaktivitet basert på digital teknologi. I forbindelse med lanseringen av rapporten om dataspill i DKS uttalte avdelingsdirektør i Kulturtanken June Breivik at det var viktig å ta samtidens kunst- og kulturuttrykk på alvor. Dataspill er en del av dette, sa hun: «Det er kjent for mange at dataspill utgjør en stadig voksende del av barne- og ungdomskulturen. [...] Får mediet en større plass i DKS, vil man kunne reflektere barn og unges hverdag på en enda bedre måte. Dataspill har også et mye større kunstnerisk og kulturelt uttrykk enn det mange tror.»⁷⁹ Dette synspunktet var helt i tråd med hovedpoengene i Kulturdepartementets dataspillstrategi og med Trine Skei Grandes personlige innledning til denne.

Både i uttalelsene fra Breivik og i rapporten om dataspill løftes det på den ene siden frem at kulturpolitikken for barn og unge skal støtte kulturuttrykk som er *relevante* for barn og unges hverdag. På den andre

76 Kulturtanken 2020b.

77 Kulturtanken 2020b.

78 Se Berge mfl. 2021.

79 Kulturtanken 2020a.

siden uttrykker rapporten en bekymring for kompetansen til å vurdere kvaliteten på produksjoner som skal inn i DKS-systemet: «Kravene til mangfold i ordningen og relevans for målgruppen taler allikevel for at dataspill bør få en plass som et av kunst- og kulturuttrykkene i DKS.»⁸⁰ Potensialet til dataspill vurderes som stort: «Dataspill har med sin interaktive form et stort didaktisk potensial og kan brukes til å oppøve barn og unges kritiske bevissthet og kunnskap om for eksempel viktige samfunnsspørsmål, digital kompetanse og dannelse.»⁸¹ Begrepene «dataspill» og «dannelse» plasseres her i samme setning, kanskje for første gang i norsk kulturpolitikk.

Kulturpolitikk, YouTube og plattformer

I motsetning til den utviklingen vi har sett innenfor dataspillpolitikken, finnes det knapt noen kulturpolitiske refleksjoner over uttrykksformer som livsstilsblogger, plattformer som Snapchat eller kommunikasjonsformer som memer – for å nevne noen vidt forskjellige uttrykkssjangre og infrastrukturer som har vokst frem i det digitale. Kulturpolitikken kan ikke favne alt. Kulturpolitikken funksjon er nettopp å styre utviklingen mot bestemte mål, og å prioritere og løfte verdier, uttrykksformer eller strukturer som samsvarer med de overordnede målene. I en tid der store deler av kulturbruken har blitt digital, og ulike mediale uttrykksformer flyter over hverandre, kan det være enda mer utfordrende å trekke grensene for hva kulturpolitikken skal engasjere seg i. Dette handler på den ene siden om å forstå og sortere i mangfoldet av digitale kommunikasjonsformer, og å se hva som fortjener og trenger kulturpolitiske oppmerksomhet. På den andre siden handler det om å forstå hvordan kulturen og kulturpolitikken i dag – ikke minst på grunn av plattformenes dominerende posisjon – i stadig større grad grenser

80 Kulturtanken 2020b: 4.

81 Kulturtanken 2020b: 5.

opp mot andre politikk- og samfunnsområder, blant annet medielovgivning og finanspolitikk. Det er vanskelig å regulere, ansvarliggjøre og skattlegge plattformselskapene. Samtidig gjør den globale rollen til plattformselskapene at en eventuell regulering av dem vil måtte knyttes til en overnasjonal politikk. Et eksempel på dette fra de senere årene er endringen av EUs direktiv for audiovisuelle medietjenester, det såkalte AMT-direktivet.⁸² Gjennom EØS-avtalen er dette en del av norsk lov. Den endringen som ble vedtatt av EU i 2018, og som er under implementering i Norge, innebærer at «videodelingsplattformer» (som inkluderer YouTube og Facebook) nå omfattes av direktivet. Det betyr blant annet at de kan pålegges ansvar for det innholdet de formidler, og dermed at de kan reguleres på nye måter. Det gis også mulighet for enkeltland til å fastsette strengere regler.

Utover slik overnasjonal regulering er YouTube, som har en svært sentral rolle i mye av medie- og kulturkonsumet til barn og unge, i liten grad et tema i kulturpolitiske dokumenter i Norge. Ett av svært få steder der YouTube faktisk omtales, er i dataspillstrategien fra Kulturdepartementet fra 2019:

YouTube og strømmetjenesten Twitch er viktige kanaler for kreativ utfoldelse, og på YouTube er dataspill den fjerde største kategorien. Spesielt blant barn og unge er disse plattformene blitt viktige for å konsumere, analysere, diskutere og skape innhold om spill.⁸³

Heller ikke i den siste stortingsmeldingen om mediepolitikken, *Mangfold og armlengds avstand – Mediepolitikk for ei ny tid*, er YouTube viet noen særlig omtale. Unntaket er en kort påpekning av at YouTube er klart markedsledende på strømmemarkedet for videoinnhold.

De kulturpolitiske dokumentene vi har undersøkt, diskuterer altså i liten grad hvordan politikken og politikkkutformingene skal forholde

82 Regjeringen 2019.

83 Kulturdepartementet 2019a: 16.

seg til eller møte den dominansen og den makten som internasjonale plattformsselskaper har fått også i norsk kulturliv. En rekke offentlige kulturvirksomheter – folkebibliotek, Kulturtanken nasjonalt og regionalt, kulturskoler med flere – bruker riktignok plattformer som YouTube, og mange har etablert egne kanaler. Den kanskje mest vellykkede satsingen på bruken av digitale delingsplattformer blant disse aktørene finner vi i NRK. NRK knytter eksplisitt samfunnsoppdraget sitt til tilstedeværelse på ulike digitale plattformer, og i deres sosiale medier-strategi for perioden 2015–2017 forklares dette slik:

NRKs innhold får ikke verdi før det møter publikum. De siste årene har mediebruken til det norske folk tatt en sterk dreining fra tradisjonelle nettmedier og kringkasting mot de sosiale mediene. Dermed blir sosiale medier nyttige verktøy for å løse samfunnsoppdraget.⁸⁴

NRKs satsing på sosiale medier inkluderer blant annet egne YouTube-kanaler og produksjon av innhold for YouTube. I 2018 etablerte NRK for eksempel 4ETG, som kun arbeider med å produsere innhold for denne plattformen og for NRKs egen nettspiller. Men også andre deler av NRK produserer viktig digitalt innhold for barn og unge: Det var NRK som produserte den mest sette YouTube-videoen i Norge i 2020,⁸⁵ Supernytt er ifølge Medietilsynets undersøkelse *Barn og medier 2020* den viktigste kilden til nyheter for barn og unge,⁸⁶ og NRKs YouTube-kanal FlippKlipp er ifølge samme undersøkelse den mest fulgte blant 9–10-åringene. I 2020 var også de tre mest populære podkastene i Norge produsert av NRK.

Det finnes samtidig andre eksempler på digitale kulturelle møteplasser for unge som kan og bør inkluderes i en beskrivelse av hvordan en digital kulturpolitikk for denne målgruppen har utviklet seg.

84 NRK 2015.

85 Google Norge 2020.

86 Medietilsynet 2020.

Prosjektet Trafo.no, som Kulturrådet initierte allerede i 2000, er et interessant eksempel.⁸⁷ Trafo.no var og er et tilbud til kunstnerisk interessert ungdom. Satsingen deler ut stipend, men inkluderer også muligheten til å få feedback på kunst som deles digitalt på prosjektets nettside. Motivasjonen for dette prosjektet ble blant annet beskrevet slik i evalueringen av den første fasen til Trafo.no:

Begrunnelsen for å bruke internett som arena i dette prosjektet er at ungdomskulturen preges i stadig sterkere grad av den nye teknologien og de stadig mer utviklede digitale media [...]. Ifølge forprosjektet «Grøn kultur-linje» representerer internett «løysinga på nokre av dei problemstillingane vi står overfor når det gjeld utvikling av kulturpolitiske verkemiddel overfor ungdom».⁸⁸

Trafo.no fremstår i ettertid som et tidlig og interessant eksempel på å etablere en digital infrastruktur, som også inkluderte elementer av den delingskulturen som en del år senere skulle bli dominert av de internasjonale plattformene. Satsingen er dermed et eksempel på at den digitale kulturpolitikken også i noen (få) tilfeller har vært tidlig ute med å se mulighetene som ligger i digitale løsninger.

Den resignerte anerkjennelsen: avsluttende punkter

Den digitale kulturpolitikken har gjennom flere tiår utviklet seg som en ambivalent størrelse som har forsøkt å balansere de risikoer og muligheter som knytter seg til digitale kulturuttrykk. Med årene har mulighetene – også de kommersielle mulighetene – fått mer kulturpolitisk oppmerksomhet enn risikoene eller bekymringene. Forståelsen

87 Se Borgen 2005.

88 Borgen 2005: 16.

av de digitale kulturuttrykkene og hvordan de digitale plattformene virker, har blitt mer nyansert. Samtidig gjør nye utfordringer knyttet til personvern og konsentrasjon av markedsrett til diskusjoner om risikoer og bekymringer fremdeles er høyst aktuelle. Det avsluttende kapitlet i stortingsmeldingen om barne- og ungdomskulturpolitikk fra 2021 heter nettopp «Den digitale kulturen – muligheter og risikoer» og inneholder blant annet en systematisk gjennomgang av muligheter på den ene siden og risikofaktorer på den andre siden. Det inneholder også en interessant påpekning av hvordan disse to elementene henger sammen: «Det digitale livet til barn og unge er verken berre svart eller kvitt, positivt eller negativt, men ei kompleks blanding. Muligheter og risikofaktorer heng gjerne tett saman, og begge element vil vere til stades samtidig i ulik grad.»⁸⁹ Med et begrep om «det digitale livet» beskriver meldingen digital kultur og digitale medier som nokså alt-omfattende og som tett integrert i hverdagslivet.

De elementene av bekymring som har preget den digitale kulturpolitikken for barn og unge siden starten, knytter seg både til de digitale kulturuttrykkene i seg selv og til den konteksten de inngår i. Ikke bare har selve uttrykkene (voldelige og/eller seksualiserte og/eller hyperkommersielle produkter) blitt sett på som problematiske, men disse uttrykkene har i økende grad befunnet seg i en digital verden som også inkluderer andre uønskede elementer (spillavhengighet, mobbing, reklame, overgrep, uønsket nakenhet, *grooming*). Sett fra et slikt perspektiv er den lett dokumenterbare ambivalensen forståelig.

Fordi utfordringene finnes, har trygghet vært et nøkkelord i kulturpolitikken. Medietilsynet ble i 2019 bedt av Kulturdepartementet om å samle kunnskap om «trygg digital oppvekst for barn og unge» i forbindelse med den kommende kulturmeldingen for barn og unge.⁹⁰ Kulturdepartementet beskrev da noe av ambisjonen for stortingsmeldingen slik:

89 Meld. St. 18 (2020–2021): 165.

90 Kulturdepartementet 2019b.

Eit viktig tema i meldinga blir korleis vi best mogleg kan sikre gode og trygge rammer for barn og unge på den digitale arenaen. Det inkluderer blant anna dei unge sin rolle som produsentar og rammene for ytring og deltaking på digitale plattformer.⁹¹

Den digitale kulturpolitikken for barn og unge har, som vi har sett, blitt etablert gjennom en gradvis inkludering av utvalgte elementer fra den digitale barne- og ungdomskulturen. Det mest åpenbare eksemplet på denne inkluderingen finner vi i dataspillpolitikken.⁹² Både i strategiene og i de politiske målene ser vi en klart endret holdning til dataspill og dataspillere. Selv om bekymringene knyttet til dataspill og *gaming* ikke er forlatt, blir dataspill nå behandlet med begreper som tidligere var forbeholdt de tradisjonelle kulturuttrykkene: kunst, innsikt, dannelses, kvalitet, mangfold, profesjonalitet. Denne utviklingen blir også synliggjort gjennom den mulige utvidelsen av Den kulturelle skolesekken til å inkludere «spill og interaktive medier».

Den australske kulturpolitikkforskeren Katya Johanson har gjort en analyse av den nordiske kulturpolitikken mot barn og unge. Et av hennes analytiske poenger er at det har vært en utvikling i kulturpolitikken for barn og unge. På 1970-tallet ble eksistensen og verdien av barns egen kultur anerkjent, også i den nordiske kulturpolitikken. Med det ble barn og unge gitt en form for kulturell autonomi. Hun beskriver de kulturpolitiske endringene som har skjedd siden 1970-tallet som svar på en *bekymring*:

[C]ultural policies respond to the social and political anxieties caused by the apparent triumvirate of children, globalisation and information technology: the fear [...] that with communications technology in their hands children will form a global culture exclusive of their parents and their concern with cultural reproduction.⁹³

91 Kulturdepartementet 2019b.

92 Klevjer 2008.

93 Johanson 2010: 398.

Mot slutten av århundret, skriver Johanson, har offentlige politikker rettet mot barn også blitt preget av en «rights discourse», som blant annet inkluderer barns rettigheter på tilgang til kultur.⁹⁴ Det som ifølge Johanson samtidig har komplisert de kulturpolitiske ambisjonene, er at nyere digitale tilbud har satt noen kulturpolitiske grunnverdier i spill, gjennom det hun altså refererer til som et *triumvirat* av barn, globalisering og informasjonsteknologi. Muligheten til å påvirke hva barn og unge konsumerer av kulturuttrykk, og muligheter til nasjonal kulturpolitisk regulering av formidlingskanalene for disse uttrykkene, er langt svakere. Sagt på en annen måte, *dersom* en kulturpolitikk skal ha som ambisjon å påvirke barn og unges digitale kulturtilbud og digitale kulturkonsum, må både ambisjoner og virkemidler for denne politikken endres.

I hvilken retning kan en digital kulturpolitikk for barn og unge så utvikles om den skal være effektiv og få gjennomslag? Hvis vi avslutningsvis vender tilbake til den nyeste kulturmeldingen, kan vi lese det følgende:

Barn og unge har ein omfattande kulturbruk på digitale plattformer. Spel, strøymetenester og deling av tekst, foto og video på sosiale medium inngår i kvardagen til mange. Kunst og kultur som ytringar gjennom digitale plattformer er noko den oppveksande generasjonen er fortruleg med og naturleg oppsøker.⁹⁵

Det som er interessant med denne formuleringen, er at den inneholder en anerkjennelse av de digitale plattformenes sentrale plass i de unges kulturbruk. Vi mener det er grunn til å beskrive dette som en *resignert* anerkjennelse av det digitale. Meldingen inneholder kun en passiv aksept og kortfattet konstatering av digital kultur og de digitale

94 Johanson peker på FNs konvensjon om barnets rettigheter som et vannskille på dette området.

95 Meld. St. 18 (2020–2021): 79–80.

plattformenes betydning, uten å presentere noen forslag til hvordan kulturpolitikken skal forholde seg til denne situasjonen. Det trekkes ingen konsekvenser av denne ganske grunnleggende innsikten, selv om det andre steder i samme melding heter at «det må skapast nye produksjonar retta særleg mot ungdom som målgruppe, og ein må bruke dei kanalane som dei unge føretrekkjer».⁹⁶ Det er ikke åpenbart hva som ligger i dette. «Å bruke dei kanalene som dei unge føretrekkjer» vil, dersom man leser det bokstavelig, innebære at de nye produksjonene som skapes, må formidles på Instagram, YouTube, Snapchat og TikTok, som er de foretrukne plattformer og kanaler for denne målgruppen.

Barne- og ungdomskulturmeldingen fra 2021 peker ikke desto mindre på noen retninger for en digital kulturpolitikk på dette området. Her pekes det på at det digitale kulturlivet til barn og unge kan utvikles gjennom at politikkområder arbeider sammen, for eksempel det juridiske, det kunnskapspolitiske og det kulturpolitiske.⁹⁷ Også i mediemangfoldutvalgets utredning fra 2017 finner vi noe av det samme tankegodset.⁹⁸ Utvalget påpeker blant annet at mediepolitikken i stadig større grad er sektorovergripende. Dermed blir mediepolitikens aktive samspill med andre politikkområder viktigere enn noen gang.⁹⁹ Vi vil hevde at det samme gjelder kulturpolitikken. En nasjonal kulturpolitikk for digitale kulturuttrykk og digitale plattformer vil måtte utvikles i samspill med overnasjonale reguleringer av plattformer, som gjennom det nevnte AMT-direktivet, og i samspill med medielovgivning og åndsverklovgivning. I tillegg vil en digital kulturpolitikk for barn og unge måtte legge til rette for å prioritere visse formidlingskanaler, der man følger opp de siterte ambisjonene fra kulturmeldingen om å «bruke dei kanalene som dei unge føretrekkjer».

96 Meld. St. 18 (2020–2021): 80.

97 Meld. St. 18 (2020–2021): 165.

98 NOU 2017: 7.

99 NOU 2017: 174.

Digitaliseringen og digitalt kulturkonsum, som særlig er vesentlig for unge kulturbrukere, har samtidig forsterket noen grunnleggende kulturpolitiske dilemmaer: å balansere mellom paternalisme og relevans, mellom elitisme og populisme, og mellom markedskorrigering og kommersialisme. Det handler om i hvilken grad kulturpolitikken skal bidra til å prioritere visse kulturuttrykk som anses å være av særlig verdi, og i hvor stor grad markedet skal korrigeres på et slikt grunnlag. I tillegg til disse prinsipielle dilemmaene har det altså blitt tilføyet noen utfordringer som handler om hvordan eierskapet til infrastrukturen for digital kulturformidling, plattformsselskaper og globale medieselskaper, kan reguleres, ansvarliggjøres og skatlegges. I den globale diskusjonen om denne utfordringen ser vi interessante eksempler i et land som Australia, som i februar 2021 vedtok en lov som pålegger selskap som Facebook og Google å betale for nyhetsmateriale som gjøres tilgjengelig gjennom deres plattformer.¹⁰⁰ Et annet eksempel finner vi i Canada, som planlegger en revisjon av sitt lovverk om kringkasting som innebærer at selskap som Netflix og Spotify må bidra økonomisk til utvikling av kanadiske kulturuttrykk.¹⁰¹ En lignende revisjon er under utvikling i Norge: I det nevnte AMT-direktivet, som ifølge Kulturdepartementet skal implementeres i løpet av 2022, ligger det to ulike tiltak for å fremme europeisk innhold: Såkalte audiovisuelle bestillingstjenester skal ha minst tretti prosent europeisk innhold i sine kataloger, og dette innholdet skal gis en fremtredende plassering.¹⁰²

I tillegg til den kulturpolitikken som implementeres gjennom direktiver, forskrifter og lovendringer, vil kulturpolitikken fremdeles også innebære prioriteringer og valg mellom ulike kulturuttrykk. Den vil nødvendigvis måtte inkludere en prioriteringsmekanisme, og blant annet gjennom inkludering av dataspill har denne mekanismen begynt å orientere seg i de kulturelle uttrykkene som formidles og skapes digitalt.

100 BBC 2021.

101 Se f.eks. Montgomery 2020.

102 Prop. 1 S (2021–2022): 126.

Det ligger utenfor denne artikkelens rammer å gi konkrete råd om hva som skal prioriteres, men at kulturpolitikken forstår og inkluderer digitale kulturuttrykk, er viktig for å unngå at den taper legitimitet. Den digitale kulturpolitikken for barn og unge, fremdeles under utvikling, vil i årene fremover være avhengig av en gjennomtenkt og kunnskapsbasert møblering av eget handlingsrom.

Litteratur- og kildeliste

- Balling, G. (2011). «Det er i mødet, det sker – om kulturpolitikk og kulturformidling med barn i centrum». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 14(01-02), 8–32.
- BBC (2021, 25. februar). Facebook and Google news law passed in Australia. *BBC*. <https://www.bbc.com/news/world-australia-56163550>
- Berge, O.K., Haugsevje, Å.D. & Miland, K.P. (2021). *Plan B? Digitale formidlingstilbud i Den kulturelle skolesekken (DKS) under Covid-19*. Telemarksforsking.
- Bjørnsen, E. (2009). *Norwegian Cultural Policy: A Civilizing Mission*. *Akademisk avhandling* [doktoravhandling]. Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick.
- Borgen, J.S. (2005). *Kunstaktiv ungdom på internett: Evaluering av nettstedet www.trafo.no*. NIFU-STEP. <http://hdl.handle.net/11250/275492>
- Breivik, J.-K. & Christophersen, C. (2013). *Den kulturelle skolesekken*. Kulturrådet.
- Brinch, S. (2008). Spill er kultur – og må også forstås som det. *Norsk medietidsskrift*, 15(2), 82–83.
- Burton, J. (2019). Look at Us, We Have Anxiety: Youth, Memes, and the Power of Online Cultural Politics. *Journal of Childhood Studies*, 44(3), 3–17. <https://doi.org/10.18357/jcs00019171>
- Dubois, V. (2015). Cultural policy regimes in Western Europe. I J.D. Wright (red.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (2. utg.) (s. 460–465). Elsevier.

- Google Norge (2020, 2. desember). Dette er årets mest populære YouTube-videoer i Norge [pressemelding]. *NTB*. <https://kommunikasjon.ntb.no/pressemelding/dette-er-arets-mest-populaere-youtube-videoer-i-norge?publisherId=8930805&releasId=17896797>
- Fagervik, S.S. (2019). *Dataspill i undervisningen: fire læreres begrunnelser for bruken av dataspill i undervisningen, og deres opplevelse av effekten på elevenes motivasjon og egen rolle* [masteroppgave]. Universitetet i Agder.
- Folkvord, F., Bevelander, K.E., Rozendaal, E. & Hermans, R. (2019). Children's bonding with popular YouTube vloggers and their attitudes toward brand and product endorsements. *Vlogs: An explorative study. Young Consumers*, 20(2), 77–90. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0896>.
- Henningesen, E. (2015). Kulturpolitikens sedimentering. Kulturløftet som kulturpolitisk vekstperiode. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 18(1), 28–40.
- Hylland, O.M. (2020). Digital kulturpolitikk. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 23(01), 29–47.
- Hylland, O.M. & Kleppe, B. (2022). Mot et digitalt utvidet kulturbegrep: Digital kulturbruk blant ungdom og verktøyene vi bruker for å måle den. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 25(1), 9–27.
- Hylland, O.M., Haugevje, Å., Schnell, A.J. & Miland, K. (2019). *Ung kultur. Et kunnskapsgrunnlag*. Telemarksforskning.
- Johanson, K. (2010). Culture for or by the child? «Children's culture» and cultural policy. *Poetics*, 38(4), 386–401.
- Klevjer, R. (2008). The Cultural Value of Games: Computer Games and Cultural Policy in Europe. I P. Ludes (red.), *Convergence and Fragmentation: Media Technology and the Information Society* (s. 71–90). Intellect Books.
- Kulturdepartementet (2019a). *Spillerom. Dataspillstrategi 2020–2022*. <https://www.regjeringen.no/contentassets/42ac0925a3124828a2012ccb3f9e80c9/spillerom---dataspillstrategi-2020-2022.pdf>
- Kulturdepartementet (2019b, 18. oktober). Medietilsynet inviterer til innspilmøte om trygg digital oppvekst. <https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/regjeringen-solberg/aktuelt-regjeringen-solberg/kud/nyheter/2019/medietilsynet-inviterer-til-innspilmote-om-trygg-digital-oppvkst/id2674440/>

- Kulturdepartementet (2021, 19. mars). Kunnskaps- og integreringsminister Guri Melby og kultur- og likestillingsminister Abid Q. Raja presenterer barne- og ungdomskulturmeldingen [video]. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/kunnskaps-og-integreringsminister-guri-melby-og-kultur-og-likestillingsminister-abid-q-raja-presenterer-barne-og-ungdomskulturmeldingen-fredag-19-mars-13.30/id2838723/>
- Kulturrådet (1997). *Årsmelding 1996*. Norsk kulturråd.
- Kulturtanken (u.å.). *FoNT-prosjektet*. <https://www.kulturtanken.no/prosjekt/font/>
- Kulturtanken (2020a, 7. februar). Rapport: Dataspill som kulturuttrykk i DKS. <https://www.kulturtanken.no/ressurs/dataspill-som-kulturuttrykk-i-dks-ordningen-rapport/>
- Kulturtanken (2020b). *Dataspill som kulturuttrykk i DKS-ordningen*. <https://issuu.com/kulturtankendks/docs/kulturtanken-dataspill>
- Mangset, P. (1992). *Kulturliv og forvaltning, Innføring i kulturpolitikk*. Universitetsforlaget.
- Mangset, P. & Hylland, O.M. (2017). *Kulturpolitikk: Organisering, legitimering og praksis*. Universitetsforlaget.
- Medietilsynet (2019). *Barn og medier 2018*. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/barn-og-medier-2018-oppdater-ersjon--oktober-2019.pdf>
- Medietilsynet (2020). *Barn og medier 2020*. En kartlegging av 9–18-åringers digitale medievaner. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf>
- Meld. St. 8 (2018–2019). *Kulturens kraft: Kulturpolitikk for framtida*. Kulturdepartementet. <https://www.regjeringen.no/contentassets/9778c28ab1014b789bbb3de0e25e0d85/nn-no/pdfs/stm201820190008000dddpdfs.pdf>
- Meld. St. 18 (2020–2021). *Opplive, skape, dele: Kunst og kultur for, med og av barn og unge*. Kulturdepartementet.
- Montgomery, M. (2020, 4. november). New broadcast law to deal with Netflix, Spotify, other streaming services. *RCI*. <https://www.rcinet.ca/>

en/2020/11/04/new-broadcast-law-to-deal-with-netflix-spotify-other-streaming-services/

Norsk filminstitutt (2020, 1. oktober). Retningslinjer til innkjøpsordning for spill.

<https://www.nfi.no/sok-tilskudd/tilleggstekster-tilskudd/retningslinjer-til-innkjopsordning-for-spill>

NOU 2013:4. *Kulturutredningen 2014*. Kulturdepartementet.

NOU 2017:7. *Det norske mediemangfoldet. En styrket mediepolitikk for borgerne*. Kulturdepartementet.

NRK (2015). *Blåboka. SoMe*. <https://nrkbeta.no/2015/01/20/allmennkringkasting-og-sosiale-medier-hvordan-og-hvorfor/>

Olsen, R.F. (2008, 7. mars). – Spill er kultur. VG. <https://www.vg.no/rampelys/spill/i/w7a51/spill-er-kultur>

Penney, J. (2020). «It's So Hard Not to be Funny in This Situation»: Memes and Humor in US Youth Online Political Expression. *Television & New Media*, 21(8), 791–806.

Pires, F., Masanet, M.-J. & Scolari, C.A. (2019). What are teens doing with YouTube? Practices, uses and metaphors of the most popular audiovisual platform. *Information, Communication & Society*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1672766>

Poell, T., Nieborg, D. & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>

Prop. 1 S (2021–2022). *Proposisjon til Stortinget (forslag til stortingsvedtak)*. Kulturdepartementet. <https://www.regjeringen.no/contentassets/7427a887529f44cf8fdeabc2a240b4c/no/pdfs/prp202120220001kuddddpdfs.pdf>

Regjeringen (2019, 29. april). Endringer i AMT-direktivet. <https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2016/juni/forslag-til-enderinger-i-amt-direktivet-/id2503512/>

Roberge, J. & Chantepie, P. (2017). The Promised Land of Comparative Digital Cultural Policy Studies. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 47(5), 295–299. <https://doi.org/10.1080/10632921.2017.1398584>

Siebke, M., Owe, T.A. & Grønbech, T. (2009, 12. juni). Alle bibliotek får dataspill. NRK. <https://www.nrk.no/kultur/dataspill-til-alle-bibliotek-1.6649216>

- Simonsen, M.B., Hellemann, V., Leinslie, E. & Thorshaug, C.B. (2008). *Danseprosjektet Isadora: Vurderinger av et kunstnerisk utviklingsprosjekt*. Norsk kulturråd.
- Sjøvold, J.M., Haave, M.B.N., Helgeland, K., Kaur, R. & Slemdal, L.I. (2019). *Kunst i tall 2018: Inntekter fra musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst*. Kulturrådet.
- Skaug, J.H., Husøy, A., Staaby, T. & Njåsen, O. (2020). *Spillpedagogikk: Dataspill i undervisningen*. Fagbokforlaget.
- Steinbråten, I.J. (2019). *Historie som opplevelse. Bruk av dataspill i historieundervisning* [masteroppgave]. Universitetet i Bergen.
- Stengrundet, V. (2017). *Dataspill som læringsverktøy: Utvikling av et matematikkspill* [masteroppgave]. NTNU.
- St.meld. nr. 52 (1973–74). *Ny kulturpolitikk*. Kyrkje- og undervisningsdepartementet.
- St.meld. nr. 23 (1981–82). *Kulturpolitikk for 1980-åra*. Kyrkje- og undervisningsdepartementet.
- St.meld. nr. 27 (1983–84). *Nye oppgaver i kulturpolitikken*. Kultur- og vitskapsdepartementet.
- St.meld. nr. 22 (1999–2000). *Kjelder til kunnskap og oppleving. Om arkiv, bibliotek og museum i ei IKT-tid og om bygningsmessige rammevilkår på kulturområdet*. Kulturdepartementet.
- St.meld. nr. 48 (2002–2003). *Kulturpolitikk fram mot 2014*. Kultur- og kyrkjedepartementet.
- St.meld. nr. 22 (2006–2007). *Veiviseren. For det norske filmløftet*. Kultur- og kirkedepartementet.
- St.meld. nr. 8 (2007–2008). *Kulturell skulesekk for framtida*. Kultur- og kyrkjedepartementet.
- St.meld. nr. 14 (2007–2008). *Dataspill*. Kultur- og kirkedepartementet.
- St.meld. nr. 23 (2008–2009). *Bibliotek. Kunnskapsallmenning, møtestad og kulturarena i ei digital tid*. Kultur- og kirkedepartementet.
- Tolbert, A.N. & Drogos, K.L. (2019). *Tweens' Wishful Identification and Parasocial Relationships With YouTubers*. *Frontiers in Psychology*, 10(2781), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02781>

- Tveit, Å.K. (2016). *Rom for barn: Norske barnebibliotek i perioden 1914–35 og på 2000-tallet* [doktorgradsavhandling]. Høgskolen i Oslo og Akershus.
- Valtysson, B. (2020). *Digital Cultural Politics: From Policy to Practice*. Palgrave Macmillan.
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Virke produsentforeningen (u.å). *Spillrapporten 2019/2020*. <https://www.virke.no/globalassets/3.bransjer/service-og-kultur/produsentforeningen/virke-spillrapporten-2019.pdf>
- Ødegård, G. (2016). Ungdom, opprør og tilpasning. Et essay om generasjonsdannelser. *Sosiologi i dag*, 46(3–4), 9–37.