

Dahle, M.S. (2023). Verdier i tweens' mediehverdag som ressurs i KRLE – med case fra YouTube, TikTok og NRK Super. I I.M. Thorjussen & U.S. Goth (red.), *Verdier, holdninger og kompetanseutvikling i et utdanningsperspektiv* (s. 181–196). Fagbokforlaget.
DOI: <https://doi.org/10.55669/oa211011>

11

Verdier i tweens' mediehverdag som ressurs i KRLE

Case fra YouTube, TikTok og NRK Super

Margunn Serigstad Dahle, NLA Høgskolen

Innledning

En stadig større del av innholdet i KRLE-faget kan i dag knyttes til massemedier og populærkultur. (Toft, 2021, s. 195)

Mediehverdagen er selve hverdagen for barn og unge. Livet på digitale plattformer er en integrert del av hvordan de opplever seg selv og verden. Her møter de et mangfold av fortellinger og verdier, og her møter de hverandre og andre. Plattformene fungerer dermed som arenaer for intendert så vel som uintendert læring, sosialisering og danning.

For tweens (8–12-åringer) dominerer de sosiale mediene. TikTok, Snapchat og YouTube er særlig populære (Medietilsynet, 2020). NRK Super, som tilbys på ulike plattformer og har høyere strømmetall enn Netflix for tilsvarende aldersgruppe, er også sentral. Denne medialiserte hverdagen, der tweens er både mottakere og produsenter av mediebudskap (Gentikow, 2009; Schwebs et al., 2020), byr på muligheter så vel som utfordringer.

Dette speiles på ulike måter i Fagfornyelsen, blant annet ved at digital dømmekraft og digitale ferdigheter vektlegges i alle fag. I KRLE, som er «et sentralt fag for å forstå seg selv, andre og verden rundt seg» (Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 2), og der læreplanen fremhever utforskning av eksistensielle spørsmål og svar knyttet til mening, personlig identitet og virkelighetsbilde, er mediens rolle som sosialiseringssagent når det gjelder verdier, holdninger og levemåte (Lövheim, 2012 og Vettenranta & Frantzen, 2012), særlig relevant.

Medieanalyser viser at når det gjelder idealet om 'det gode liv' og opplevelse av egenverd, er følgende verdier fremtredende: å ta seg godt ut, å være rik, å prestere noe andre ser / være «en ener», å ha gode venner og ha det gøy, å oppleve mest mulig, å få dekket behovene sine – særlig de seksuelle, å bestemme selv hva som er godt og rett, og å tro på det en vil (se Dahle & Dahle, 2018, s. 233).

Medienes verdimangfold gir mange muligheter for didaktisk bruk, men dette synes fraværende i forskningslitteraturen. I den grad populærkulturen brukes som læringsressurs i KRLE og Religion og etikk, er fokus primært på fremstillinger av religion og religiøsitet, ofte med fiksjonsfilm som utgangspunkt (se bl.a. Kjørstad, 2021; Toft, 2020; Undheim, 2020).

Med tanke på KRLE-lærerens rolle som «fagperson og oppdrager» (Hansen & Schjetne, 2021, s. 97), er det altså potensial for større bredde både i faglig tematikk og didaktisk bruk av populærkulturen. Fagstoffet i KRLE gir blant annet «mange anledninger til å drøfte spørsmål om verdier og holdninger» (Hansen & Schjetne, 2021, s. 98), ikke minst relatert til personlig identitet. Her er mediefortellinger også aktuelle som lærerressurs for økt forståelse av verdimangfoldet i tweens' mediehverdag. Disse aspektene illustrerer viktigheten av et mediepedagogisk perspektiv i KRLE-faget.

På denne bakgrunn retter studien fokus mot verdier i populære mediefortellinger for tweens og hvordan dette kan være både lærer- og læringsres-

surs i KRLE-faget. Jeg anvender aktuelle case fra YouTube, TikTok og NRK Super og utforsker følgende to forskningsspørsmål:

- Hvilke verdier relatert til personlig identitet fremstår som typiske i materialet fra de valgte mediefortellingene?
- På hvilke måter kan denne innsikten være en lærer- og læringsressurs for KRLE som kunnskaps- og danningsfag på mellomtrinnet?

Tverrfaglig tilnærming

Studien har et tverrfaglig teorigrunnlag, med perspektiver fra livssynsteori og KRLE-didaktikk samt mediepedagogikk.

Perspektiver fra livssynsteori

Studiens forståelse av verdier er forankret i Per Magne Aadnanes' livssynsterminologi (1999 og 2012). Sammen med menneskesyn og virkelighetsoppfatning utgjør verdiene innholdet i ethvert livssyn (1999, s. 205). Aadnanes understreker at dette samsvarer med hvordan Anders Jeffner innholdsbestemmer «livsåskådning». I egen forskning har jeg introdusert tro, forstått som tillit og forankring av mening, som et supplerende fjerde innholdsmoment, med inspirasjon fra John Nome, Axel Smith, Peder Gravem og James Sire (Dahle & Hinderaker, 2020, s. 162).

Selv om verdibegrepets allmennmoralske betydningsomfang er vidt (Asheim, 2005, s. 44), betegner verdi i livssynsterminologisk forstand noe «ikke-materielt». Slik forstått har enhver verdi med livsideal og etisk rettesnor å gjøre (Aadnanes, 1999, s. 204) og angår det en verdsetter som godt, rett og vakkert (Aadnanes, 2012, s. 22). Verdiene er dermed avgjørende for opplevelsen av egenverd og personlig identitet.

Ut fra en stipulativ definisjon forstås livssyn som mer og mindre helhetlige svar på de eksistensielle livsspørsmålene (Aadnanes, 2012, s. 15). Livssynsteorien vektlegger at alle mennesker har et livssyn, reflektert eller ureflektert, og at alle tekster har spor av livssyn, enten forfatteren er bevisst på det eller ikke. Livssynsbegrepet rommer både sekulære og religiøse perspektiver (Dahle & Hinderaker, 2020, s. 161) og brukes både om individu-

elle overbevisninger og kollektive tradisjoner og trender. Det er en dynamisk relasjon mellom den personlige livssynsdanningen og livssynsmangfoldet i den sosiokulturelle konteksten, ikke minst slik det kommer til uttrykk i populærkulturen. Aadnanes understreker viktigheten av «at ein heile tida held fast på ei hermeneutisk tilnærming, der ein er maksimalt merksam både på den allmenne kulturelle konteksten og dei rammevilkåra for livssynsdanning som synest å gjelda for unge menneske i dag» (Aadnanes, 2011, s. 112). Livsynsmangfold og individualisme er her vesentlige kjennetegn (Sødal, 2021).

Livssynsdanningen er nært knyttet til utviklingen av personlig identitet. Vektleggingen av jeg-du-relasjonen er særlig sentral her, med grunntemaene tillit og tilhørighet, likeså «det kulturelle fellesskapets tradisjonsformidling med hensyn til livssyn, verdibevissthet o.l.», med livstydning og verdiforpliktelse som grunntema (Engedal, 1996, s. 119).

I min forskning knyttet til livssynsdanning og identitetsutvikling i en medialisert kultur har jeg tatt utgangspunkt i ungdomsforskeren David Howells tilnæringsmåte (Dahle, 2002; Dahle & Kro, 2018). Gjennom observasjon av unges livspraksis, identifiserer Howell «four key foci around which young people construct their worldview ...: their response to themselves, ... their friends, ... their world and ... that which is beyond all of these, the divine» (Howell, 2002, s. 133). I samsvar med Howell formulerte jeg kategoriene *forholdet til seg selv og sine, forholdet til autoriteter og samfunn og forholdet til 'det bortenfor'* da jeg utviklet mitt analyseverktøy. Når fokuset i denne studien er på verdier relatert til personlig identitet, er kategorien *forholdet til seg selv og sine* aktuell, med følgende underkategorier: *forholdet til familie og venner, forholdet til kjærlighet og sex og forholdet til 'det ytre'*¹.

Perspektiver fra KRLE-didaktikk og mediepedagogikk

I denne studien forstås fagdidaktikk som «... alle de refleksjoner en kan knytte til et fag og undervisning i dette faget, som kan gi økt kunnskap om fagets beskaffenhet, om fagets legitimering og økt kunnskap om hvordan faget kan læres, undervises og utvikles» (Lorentzen et al., 1998, s. 7). Medi-

1 'Det ytre' innbefatter utseende, fremtoning og image.

enes verdiformidling ses her som en vesentlig del av elevens forutsetninger. Implisitt ligger den livssynsteoretiske innsikten at alle tekster formidler verdier.

Videre bidrar perspektiver fra mediepedagogikken til utvikling av KRLE-didaktikken, med «stadig refleksjon over sammenhengen mellom barn, unge og medier» og med arbeidet «om og med medier som læreprosess, og om mediene som læremidler» (Hardersen, 2016, s. 98). Når KRLE-faget har som intensjon at «elevene både skal kunne noe og forstå det for sin egen del» (Fuglseth & Skrefsrud, 2021, s. 15), er mediepedagogikkens vektlegging av mediers betydning for barns identitetsdanning og sosiale fellesskap vesentlig (Hardersen, 2016).

KRLE-fagets allmenne dannelsesfunksjon betyr videre at faget skal underbygge visse verdier og vektlegge kulturarv og dialog. Samtidig skal verdispørsmål behandles på bakgrunn av kunnskap om, og utforskning av, religiøse og filosofiske tradisjoner og ideer (Kunnskapsdepartementet, 2019, s. 2). Her kan verdimangfoldet i mediefortellingene være en vesentlig læringsressurs. «Den filosofiske samtalen» (Børresen, 2021, s. 155ff) og «Tren tanken» (Fuglseth, 2021b, s. 167ff) er eksempler på aktuelle metoder.

I møte med studiens forskningsspørsmål er vektleggingen av at KRLE skal gi elevene bevissthet om menneskeverdet som grunnleggende verdi, vesentlig. Det samme gjelder understrekingen av at elevene her skal bli kjent med verdier som nestekjærlighet, tilgivelse, likeverd og solidaritet, og at faget skal legge til rette for gjensidig respekt og toleranse.

Studiens tverrfaglige tilnærming bidrar dermed til en styrking av det mediepedagogiske perspektivet innenfor KRLE-didaktikken både når det gjelder kunnskapsformidling og danning.

Metode og case

Med livssynsteori som utgangspunkt er det foretatt en kvalitativ tekstanalyse av utvalgte case. I det følgende beskrives metoden, utvalget, kategoriseringen og casene.

Metode

I studien er det gjort en kvalitativ innholdsanalyse av utvalgte medietekster (Schwebs et al., 2007, s. 57ff) fra YouTube, TikTok og NRK Super. Det synes ikke å foreligge tidligere forskning verken på de aktuelle tekstene fra de to nettplattformene for opplasting, visning og deling av videoer eller fra allmennkringkasteren for barn. Implisitt i analysen ligger det utvidede tekstbegrepet, der 'tekst' brukes om alt som formidler mening, både skrift, tale, bilder og ulike kombinasjonsformer.

De fem mest populære videoene fra YouTube-kanalen *Victor Sothberg* i 2021 er valgt, ut fra antall visninger, likerklikk og kommentarer (per 03.02.2022). Videre er de tre mest populære videoene på TikTok-kanalen *notleahhhbeauty* fra august 2021 til januar 2022 (per 26.01.2022) valgt, ut fra samme kriterier. Videoenes kommentarfelt er del av materialet fra begge. Fokus ligger på de 100 første kommentarene i materialet fra YouTube og de 50 første fra TikTok, men jeg skaffet oversikt over hele kommentarfeltene.

Fra NRK Super er fem episoder fra dramaserien *Klassen* (2019–) valgt, ut fra kriteriet mest sette episode i hver av de fire sesongene via strømming på NRK.no, på bakgrunn av statistikk fra NRK Analyse (01.02.2022). Sesongpremierene har høyest seertall med unntak av sesong 1, der episode 2 er mest strømmet. Her er imidlertid første episode valgt i tillegg på grunn av det vesentlige førsteinntrykket. Det foreligger ikke kommentarfelt for *Klassen*.

Objektet for innholdsanalysen er den observerbare livspraksisen ('det som blir sagt og gjort'). Innholdsanalysen er deduktiv, med forankring i livssynsteori (Dahle & Hinderaker, 2020). Fokus for analysen er livssynets verdinivå relatert til personlig identitet (Engedal, 1996).

For å kunne identifisere aktuelle verdier observeres livspraksisen ut fra hovedkategorien *forholdet til seg selv og sine*, med underkategoriene *forholdet til familie og venner*, *forholdet til kjærlighet og sex* og *forholdet til 'det ytre'*, i tråd med tidligere nevnte forskning (bl.a. Dahle, 2002; Dahle & Kro, 2018, 2020).

Datamaterialet er resultat av nedskrevet observasjon av 'det som blir sagt og gjort' i forhold til disse underkategoriene i de tretten videoene og ut fra skjermbilder av kommentarfeltene fra YouTube og TikTok.²

2 En takk til studentene Miriam Kirkholm og Ingveig Reilstad for bistand med innhenting av datamateriale.

Case

*Fem videoer fra YouTube-kanalen 'Victor Sotberg'*³

Victor Sotberg (f. 1991) er en av Norges mest populære youtubere, med 142 000 følgere og over 70 millioner visninger per april 2022. Victor er kjent fra NRK Super, blant annet som programleder på FlippKlipp (2018–2022). Han har deltatt i flere underholdningsprogrammer, er programleder i *Alle mot 1* (NRK1, 2022) og kom til finalen i lesekonkurransen *Bokslukerprisen* for mellomtrinnet (21.04.2022) med *Bare Victor* (Gyldendal, 2020).

Kanalen *Victor Sotberg* (2019–) har fokus på gamingvideoer som ofte strømmes direkte, slik at følgerne kan chatte med Victor og hverandre. Fire av de fem valgte videoene har dette fokuset. *Netherprinsen 24 timer* (13.06.2021) troner øverst med 186 000 visninger, 3900 likerklikk og 458 kommentarer (per 03.02.2022). Gamingvideoen ble strømmet live, og chatten er inkludert i opptaket. De neste tre er også gamingvideoer: *Hvem kan redde Netherprinsen?* (21.04.2021), *Victor spiller Among Us med Randulle og Dennis* (27.01.2021) og *A Way Out, episode 1* (09.03.2021). I materialets siste video ser Victor tilbake på premierevideoen på sin engelskspråklige kanal *Weird Norwegian* (2014–2018), kalt *Reagerer på min første video på YouTube! *CRINGE**.

*Tre videoer fra TikTok-kanalen 'notleahhhbeauty'*⁴

Leah Isodora Behn (f. 2005), som driver TikTok-kanalen *notleahhhbeauty*, har per april 2022 rundt 179 000 følgere på Instagram og TikTok, og kanalen har flere millioner visninger. Kongeparets barnebarn står i rampelyset som influenser, særlig om sminke og skjønnhet. På Vixen Awards i oktober 2021 ble hun *Årets Influencer Beauty* og fikk i ettertid kontrakt med influenserbyrået Kontent.

Tematikk rundt sminke og mote er da også sentral på TikTok-kanalen, men i datamaterialet har kun *First day of school* (16.08.2021) dette fokuset. Videoen på 35 sekunder er sett av 9,6 millioner, har 2,2 millioner likerklikk og 9689 kommentarer. Den neste TikTok-en på lista dreier seg om youtuberen *Jules LeBlanc* (04.11.2021), mens *2019* (30.12.2021) peker tilbake til tragedien da Leah Isodora mistet sin pappa.

3 Se <https://www.youtube.com/c/WeirdNorwegian>.

4 Se <https://www.tiktok.com/@notleahhhbeauty>.

Fem episoder fra NRK Super-serien 'Klassen'⁵

Dramaserien *Klassen* (2019–) er per 11.04.2022 i fjerde sesong og har strukket seg over 233 episoder à 10 minutter. En har dermed kunnet følge Amalie, Philip, Joffe, Noah, Adrian, Lily, Madelen, Olivia og resten av klassen gjennom skoledagen fra de begynte i 8. til de nå går i 10. klasse. NRK Analyse opplyser i e-post (11.04.2022) at serien er den mest populære på NRK Super så langt i 2022, etter småbarnserien *Paw Patrol*.

Siden de to første episodene i materialet, *Ny i klassen* og *Gruppebildet* (begge 05.09.19), åpner dramaserien, introduseres her arena og hovedpersoner med et første innblikk i relasjoner og refleksjoner. De neste tre mest strømmede episodene gir et ytterligere innblikk i klassens liv: *Nødt eller sannhet?* (06.03.20) fra sesong 2, *Drama første skoledag* (29.09.20) fra sesong 3 og *Første prankdag* (25.08.21) fra sesong 4. Seertallene på de fem episodene varierer mellom 737 000 og 219 000, men mange ser *Klassen* i fellesskap, for eksempel i storefri.⁶

Analyse og funn

Her presenteres en analyse av casene samt en systematisering av funnene, som svar på det første forskningsspørsmålet.

Analyse av medietekstene

Nedenfor sammenfattes den observerbare livspraksisen i hver av de tre casene ut fra underkategoriene *forholdet til familie og venner*, *forholdet til kjærlighet og sex* og *forholdet til 'det ytre'*, som grunnlag for å kunne identifisere verdier relatert til personlig identitet.

5 Se <https://tv.nrk.no/serie/klassen> og <https://nrksuper.no/serie/klassen>

6 Basert på generelt inntrykk samt lærerstudent Ingveig Reilstads (NLA Høgskolen) observasjon i praksis på mellomtrinnet ved Midstuen skole, Oslo, høsten '21 og våren '22, og som vikar på mellomtrinnet ved Finnøy Sentralskole våren '21, samt på Lovisenlund og Fagerholt i Kristiansand høsten '19.

Victor Sotberg

Videoen *Netherprinsen 24 timer* er illustrerende for YouTube-kanalen. Fra første anslag skapes vi-følelse, med «hei dokk» og «kordan e stemninga» rett i kamera, før Victor henvender seg til chatten med respons på utsagnet «long time, no see». Ut fra *forholdet til familie og venner* framstår fellesskap og å se og bli sett av andre umiddelbart som sentrale verdier. Disse følges opp av åpenhet og inkludering, samt genuin interesse og omsorg for andre i neste kommentar, der Victor i respons til et innlegg med prideflagg ønsker alle en fin pridemåned. Youtuberen viser de samme holdningene i selve gamingen, både i denne og de andre tre gamingvideoene. Victor oppfordrer stadig til å være glad i den en er, ha selvrespekt og respektere andre. I *Reagerer på min første video på YouTube!* *CRINGE* er dette tydelig når han aksepterer seg selv som usikker trettenåring ved lanseringen av kanalen *Weird Norwegian*.

Felles for chattefeltene er en rekke utsagn om Victor som forbilde. Ut fra *forholdet til 'det ytre'* identifiseres mye skryt for prestasjoner og utseende, men responsen på åpenheten og omsorgen dominerer. Ofte berøres temaene identitet og selvbilde direkte. Mange sier at Victor har holdt dem oppe i tider med mobbing og usikkerhet om egen identitet, ikke minst når det gjelder seksuell legning. Noen spør «Er du bifil?», og en sier «Victor, er du bi? Hvis du er, jeg er også». Underkategorien *forholdet til kjærlighet og sex* viser ærlighet som viktig i møte med usikkerhet om seksuell identitet. I casematerialet gir Victor gjentatte oppfordringer om å være tro mot seg selv, uten å være flau. Det samme understrekes ved de to punchlines #StayWeird og #Weirdos, der verdiene aksept, respekt og toleranse ligger implisitt.

notleahhhbeauty

De tre sistnevnte verdiene identifiseres også i materialet fra TikTok når det i kommentarfeltet til videoen *Jules Le Blanc* diskuteres om artisten og venninnen Jayden er kjæresten. Kommentaren «She's a 'girl in red' get it» (synonym for å være bifil eller homofil) har 10 300 likerklipp. Samtidig har Leah Isodora 2483 likerklipp på kommentaren «No, I agree» til utsagnet «She literally said that she wasn't». Influenseren presiserer at hun uansett verdsetter Jules høyt som artist og medmenneske.

I *First day of school* identifiseres særlig mange verdier ut fra *forholdet til 'det ytre'*. Med ringeklokka som anslag ser tiktokeren inn i kamera midt i tannpussen, gir V-tegnet og fortsetter prosedyren til hun sminket, frisert og

ferdig kledd forlater huset med skjelmsk mine, med siste strofe av «We're safe and sound» i bakgrunnen. Kombinasjonen av Leah Isodoras fremtoning, det musikalske uttrykket og sangtekstens budskap om at en er trygg fordi en blir tatt vare på, formidler fellesskap og omsorg som bærende verdier. Samtidig pekes det indirekte til betydningen et velpleid ytre har for selvfølelsen.

Kommentarer om influenserens utseende, klær og smykker dominerer, samtidig som mange uttrykker glede over å ikke «måtte» bruke mye tid foran speilet. På spørsmålet «Who gets dolled up to go to school?» svarer Leah Isodora: «It's Europe». Selv oppmuntrer hun følgerne med at ingen er perfekte: «Du er vakker uansett hva!». Verdiane likeverd og indre trygghet identifiseres her.

I videoen 2019 løftes *nære familierelasjoner* fram ut fra *forholdet til familie og venner*. Med tankefullt ansiktsuttrykk og «2019» på pannen lytter Leah Isodora til Bruno Mars og stemmer i «Can I just stay here? Spend the rest of my days here?». Pekeren til farens tragiske bortgang julen 2019 er tydelig. Viktigheten av familiebånd og vennskap identifiseres i chattefeltets mange oppmuntrende kommentarer om at pappaen ville ha vært veldig stolt av henne.

Klassen

Episodene fra *Klassen* har gjennomgående fokus på vennskap og samhold. Underkategorien *forholdet til seg selv og sine* synliggjør verdier som omsorg, hjelpsomhet, ærlighet og trygghet. Samtidig er forelskelse en typisk kjerne til uro, misunnelse og misforståelser. Kjæreste er viktig, og det er mye fokus på å kysse, som i *Nødt eller sannhet?*, med kyssing av «hvem som helst». Ut fra *forholdet til kjærlighet og sex* synes utforsking av kjærlighetslivet viktig for selvbilde og selvfølelse med å bli elsket som sentral verdi.

Underkategorien *forholdet til 'det ytre'* synliggjør at ytre framtoning gir status i møte med andre og synes bærende for selvbilde og egenverd. I *Ny i klassen* er de kule jentene opptatt av lipgloss, munnspray og selfies, og skuffet over at ikke den nye gutten er «italiensk, kjekk og hot». Når det skal tas gruppebilde i episode 2, påpeker Amalie at de må se bra ut, for «alle kommer til å se bildet». Hun fikser hår og sminke på gjengen og syns «de er kjempeheldige som har meg. De kunne blitt stygge». Viktigheten av rett image er også tydelig i episoden fra sesong 3, med stort fokus på å være «kul». Gjennomgående er utseende og væremåte viktig for populariteten, samtidig som likerklikk i sosiale medier synes viktig for selvfølelsen.

Systematisering av funn

Det er identifisert flest verdier relatert til personlig identitet under *forholdet til familie og venner*. Åpenhet, omsorg, inkludering, respekt, toleranse, aksept, trygghet og likeverd er sentrale, med nære relasjoner som premiss og nestekjærlighet som sammenbindende element. Disse verdiene er del av livsidealet både for hvordan møte andre og selv bli møtt. Her understrekes behovet for fellesskap, samtidig som erfaringen av disse verdiene synes å påvirke opplevelsen av egenverd og personlig identitet.

I underkategorien *forholdet til kjærlighet og sex* er det identifisert få spesifikke verdier. Behovet for å gi og oppleve kjærlighet er imidlertid tydelig, som i fokuset på forelskelse og kyssing. Verdier som bekræftelse og anerkjennelse ligger nær, med stor innvirkning på opplevelsen av egenverd. Spørsmål om seksuell legning stilles i to av de tre casene. Oppfordringen om å være tro mot seg selv uten å være flau understreker koplingen til personlig identitet ytterligere her, med ærlighet og selvrespekt som sentrale verdier.

Begrunnelsen for å oppleve kjærlighet knyttes både til ytre fremtoning og til å våge å være seg selv. Relasjonen til *forholdet til 'det ytre'* blir tydelig i to av casene. I TikTok-videoen med fokus på sminke, frisyre og klær fremstår et velpleid ytre som sentral verdi. Samtidig er nettopp et utseende og image i tråd med idealet en verdi i casen fra NRK Super. Popularitet er avgjørende, noe som igjen påvirker opplevelsen av egenverd.

Diskusjon

På bakgrunn av analyse og funn, følger her drøfting av det andre forskningsspørsmålet.

Casene og verdiene som lærerressurs for KRLE-faget

Studien synliggjør hvordan verdiformidling i medietekster utgjør en sentral del av rammevilkårene for tweens' opplevelse av egenverd og personlig identitet (Aadnanes, 2011), samtidig som den illustrerer at dette er sammenvevd i deres livsverden. Verdiformidlingen skjer via medietekster fra influensere og manusforfattere så vel som gjennom jevnaldergruppas kommentarer og spørsmål.

Denne innsikten i elevens livsverden er vesentlig for å kunne arbeide med KRLE-fagets målsettinger som kunnskaps- og dannelsesfag på en samtidssrelevant måte (Fuglseth, 2021a), og illustrerer hvordan et livssynsteoretisk og mediepedagogisk perspektiv styrker lærerens profesjonsutøvelse i møte med eleven og faget (Hardersen, 2016, s. 98). Studiens funn bidrar til større forståelse for mediernes rolle som dannelsesagent og for hvilke innspill medietekstene gir til tweens' refleksjoner over personlig identitet (Aadnanes, 2011, s. 109), og understreker influensernes posisjon som rollemodeller.

Videre speiler mediefortellingene viktige aspekt ved tweens' livsfase. Handlingen i dramaserien *Klassen* er tett på de unges hverdag, og i kommentarfeltet til YouTube- og TikTok-kanalene møter vi autentiske tweens-stemmer. Casene kan slik bidra til økt respekt for elevenes personlige livsreise og dannelsesprosess.

Samtidig som casene illustrerer elevenes mediehverdag, synliggjør funnene vanlige verdier i populære mediefortellinger. Behovene for fellesskap og aksept, så vel som vektleggingen av å være tro mot seg selv, er talende. Verdien ut fra *forholdet til familie og venner* som er identifisert ovenfor, bekrefter at jeg-du-relasjonen står sentralt, med grunntemaene tillit og tilhørighet (Engedal, 1996, s. 119). Videre speiler verdiene innen *forholdet til kjærlighet og sex* ikke minst individualisme som grunnleggende trend i samtiden (Sødal, 2021, s. 15–16). I forhold til underkategorien *forholdet til 'det ytre'* gjenkjennes sentrale aspekt ved aktuell ungdoms- og mediekultur med fokus på det ytre som forankring av selvbilde og personlig identitet (Dahle & Dahle, 2018, s. 233). Alt dette kan relateres til de overordnede verdiene i KRLE-faget.

Casene og verdiene som læringsressurs i KRLE-faget

Med forankring i elevens medialiserte hverdag sprennes grensene for læremiddel som «alle trykte, ikke-trykte og digitale element som er utvikla til bruk i opplæringa» (jf. Opplæringslova, § 17-1, fjerde ledd). Studien illustrerer at underholdningsmedier kan være relevante læringsressurser i KRLE, både som læringsinnhold og læringsaktivitet. Med en grunnleggende respekt for sjanger og innhold har mainstream medietekster potensial for å berike KRLE-didaktikken utover temaene religion og religiøsitet. Ikke minst gjelder dette verdier, livsideal og personlig identitet.

Selv om personlig identitet ikke nevnes under Kompetansemål etter 7. trinn, er tematikken relevant i arbeidet med flere. Videre er det mange berøringsflater under *Kjerneelement* og *Tverrfaglige tema*, samt under *Fagets relevans og sentrale verdier* og *Overordnet del* i LK20.

Som illustrasjon på direkte bruk av studiens funn relaterer jeg i det følgende til kompetansemålet *Bruke filosofiske tenkemåter i samtale og undring*, med kjerneelementene *Kunne ta andres perspektiv*, *Etisk refleksjon* og *Utforsking av eksistensielle spørsmål og svar*, samt det tverrfaglige temaet *Folkehelse og livsmestring*.

Ved å ta utgangspunkt i hva som synes å være viktig i et godt liv ut fra aktuelle scener fra casene, for eksempel TikTok-ene 2019 og *First day of school*, tilnærmer en seg det eksistensielle spørsmålet om personlig identitet på en aktuell måte uten å bli nærgående. Samtale og refleksjon i klassen rundt casenes fokus på utseende, image, eiendeler, prestasjoner og popularitet på den ene siden, og på vektleggingen av vennskap, tilhørighet, familie, ærlighet, trygghet og aksept på den andre siden, kan åpne for videre dialog med utgangspunkt i skolens formål og KRLE-fagets hensikt. Ikke minst har læreren mulighet for å synliggjøre menneskeverdets forankring i kristen og humanistisk arv og tradisjon, for eksempel via «Den filosofiske samtalen». Her oppøves også elevenes kritiske tenkning i møte med mediebudskapene, samtidig som dette bidrar inn mot utviklingen av et positivt selvbilde og en trygg identitet, slik Fagfornyelsen vektlegger.

Selvsagt er det stor fleksibilitet i bruken av slike populærkulturelle formidlingsformer som læringsressurs. De mediepedagogiske mulighetene spenner fra indirekte bruk av tema og innhold, via direkte henvisning og sitat til avspilling av medieeksemplene som helhet. Uansett er den didaktiske rammen for læringsressursene så vel som den grunnleggende respekten for medietekstene avgjørende.

Konklusjon

- Hvilke verdier relatert til personlig identitet fremstår som typiske i materialet fra de valgte mediefortellingene?

Det ble identifisert flest verdier i underkategorien *forholdet til familie og venner*, med vekt på åpenhet, omsorg, inkludering, respekt, toleranse, aksept, trygghet og likeverd. Færre spesifikke verdier ble identifisert under *forholdet til kjærlighet og sex*, men behovet for å erfare kjærlighet, bekreftelse og anerkjennelse er tydelig her. Når det gjelder *forholdet til 'det ytre'*, står utseende og image i pakt med idealet sentralt som grunnlag for popularitet.

- På hvilke måter kan denne innsikten være en lærer- og læringsressurs for KRLE som kunnskaps- og danningsfag på mellomtrinnet?

Som lærerressurs gir casene og verdiene faglæreren økt innsikt i elevenes medialiserte hverdag, økt forståelse for medietekstenes rolle som danningsagent og økt kunnskap om verdiformidlingen tweens møter gjennom aktuelle medietekster. Som læringsressurs kan dette føre til en utvidelse av faglærerens repertoar når det gjelder læringsinnhold og læringsaktivitet, med bruk av caser og verdier fra underholdningsmedier som aktualiseringer, illustrasjoner og samtalestartere i KRLE-faget.

Denne studien peker også utover mellomtrinnet, ikke minst i lys av kompetansemålet «utforske og presentere hvordan elementer fra kristendom og andre religioner og livssyn kommer til uttrykk i medier og populærkultur» etter 10. trinn i KRLE. Her ligger det et mediepedagogisk utviklingspotensial relatert til verdimangfoldet i caser fra populærkulturen, både som lærerressurs og læringsressurs.

Referanser

- Asheim, I. (2005). *Verdirealisering – til det gode?* Unipub forlag.
- Børresen, B. (2021). Filosofiske samtaler. I K. Fuglseth & T.A. Skrefsrud (Red.), *Innføring i KRLE-didaktikk* (s. 155–166). IKO-Forlaget.
- Dahle, L. & Dahle, M.S. (2018). Det kristne verdigrunnlaget i møte med mediernes livssynsmangfold. I N. Skrunes, G. Hagesæther & B. Kvam (Red.), *Kristne grunnskoler* (s. 227–254). Cappelen Damm Akademisk.
- Dahle, M.S. (2002). *På sporet av livssyn. Utvikling og utprøving av eit analyseverktøy – med ungdom som case*. [Masteroppgave]. Norsk Lærerakademi.
- Dahle, M.S. & Kro, I.T. (2018). Disney som dannelsesagent. Med Frost og Jake og sjørøverne i Drømmeland som case. I B.M. Nyjordet (Red.), *Barns mediehverdag* (s. 24–42). Cappelen Damm Akademisk.
- Dahle, M.S. & Kro, I.T. (2020). Unraveling the mystery. Assessing the Big Bang Theory as a secular fictional universe. *Theofilos*, 12(1), 112–137. <https://doi.org/10.48032/theo/12/1/9>
- Dahle, M.S. & Hinderaker, B. (2020). Livssynsteori som perspektiv ved NLA Mediehøgskolen Gimlekollen. I G. Hagesæther, G. Innerdal & B. Kvam (Red.), *NLA Høgskolen* (s. 147–185). Cappelen Damm Akademisk. <https://doi.org/10.23865/noasp.102>
- Engedal, L.G. (1996). Den andres ansikt. *Prismet*, 47(3), 114–122.
- Fuglseth, K. (2021a). Å etablere eit fagsyn i KRLE. I K. Fuglseth & T.A. Skrefsrud (Red.), *Innføring i KRLE-didaktikk* (s. 19–39). IKO-Forlaget.
- Fuglseth, K. (2021b). Tren tanken! I K. Fuglseth & T.A. Skrefsrud (Red.), *Innføring i KRLE-didaktikk* (s. 167–170). IKO-Forlaget.
- Fuglseth, K. & Skrefsrud, T.A. (2021). Invitasjon til KRLE-didaktikk. I K. Fuglseth & T.A. Skrefsrud (Red.), *Innføring i KRLE-didaktikk* (s. 10–18). IKO-Forlaget.
- Gentikow, B. (Red.) (2009). *Medievitenskap*. Fagbokforlaget.
- Hansen, O.H.B. & Schjetne, E. (2021). KRLE-læreren. I K. Fuglseth & T.H. Skrefsrud (Red.), *Innføring i KRLE-didaktikk* (s. 83–101). IKO-Forlaget.
- Hardersen, B. (2016). *App'legøyer og app'estreker? Profesjonsfaglig digital kompetanse i barnehagen*. Cappelen Damm Akademisk.
- Howell, D. (2002). Religion and youth culture. I C.H. Partridge & D. Groothuis (Red.), *Dictionary of contemporary religion in the western world* (s. 130–134). InterVarsity Press.
- Kjærstad, M.M.S. (2021). *Populærkultur i KRLE og fagfornyelsen* [Masteroppgave]. Universitetet i Bergen. <https://bora.uib.no/bora-xmlui/bitstream/handle/11250/2760730/masteroppgave-RELV350.pdf?sequence=1>
- Kunnskapsdepartementet (2019). *Læreplan i KRLE* (RLE01-03). Utdanningsdirektoratet. <https://www.udir.no/lk20/rle01-03>
- Lorentzen, S., Streitlien, Å., Tarrow, A-L.H. & Aase, L. (1998). *Fagdidaktikk*. Universitetsforlaget.

- Lövheim, M. (2012). Religious socialization in a media age. *Nordic Journal of Religion and Society*, 25(2), 151–168. <https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN1890-7008-2012-02-03>
- Medietilsynet (2020). *Barn og medier*. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf>
- Schwebs, T., Ytre-Arne, B. & Østbye, H. (2020). *Media i samfunnet* (8. utg.). Samlaget.
- Sødal, H.K. (2021). *Norsk kristendomshistorie 1800–2020*. Cappelen Damm.
- Toft, A. (2020). Først engasjement, så innhold. *Prismet*, 72(1), 23–37. <https://doi.org/10.5617/pri.8728>
- Toft, A. (2021). Mediebruk og populærkultur. I K. Fuglseth & T.H. Skrefsrud (Red.), *Innføring i KRLE-didaktikk* (s. 195–200). IKO-Forlaget.
- Undheim, S. (2020). Helt seriøst? Om populærkultur i KRLE og religion og etikk. *Religion og livssyn*, 32(2), 20–29. <https://www.religion.no/files/ugd/6972dac91310a7f6c74775baa3059e13c70948.pdf>
- Vettenranta, S. & Frantzen, V. (Red.) (2012). *Mediepedagogikk*. Fagbokforlaget.
- Aadnanes, P.M. (1999). Livssynsforskning – prinsipp og metoder i ei ny forskningsgrein. *Tidsskrift for teologi og kirke*, 69(3), 193–208.
- Aadnanes, P.M. (2011). Utgått på dato? I J.O. Ulstein & P.M. Aadnanes (Red.), *Vegar i vegløysa?* (s. 97–120). Tapir akademisk forlag.
- Aadnanes, P.M. (2012). *Livssyn*. (4. utg.). Tano.