



## Hvorfor er det en dårlig idé at tale om afhængighed af medier?

*Af Anne Mette Thorhauge og Stine Liv Johansen*

Debatten om vores – og især børn og unges – brug af mobiltelefoner, sociale medier og computerspil blusser op med jævne mellemrum. For nylig var det TV 2, der i en række indslag og artikler satte fokus på unge menneskers afhængighed af sociale medier som Snapchat, hvor det at holde 'streaks' med vennerne, dvs. sende billedbeskeder (snaps) til hinanden hver dag over længere tid, beskrives som stressende og svært at give slip på. 'Jeg tror måske, jeg er lidt afhængig', siger en pige, TV 2 har interviewet. Men er hun nu også det? Og er afhængighed egentlig et godt begreb at bruge i den sammenhæng?



*Fotograf Jørgen True*

Det er ikke første – og formentlig heller ikke sidste – gang, begrebet afhængighed sættes i forbindelse med børn og unges mediebrug. Begrebet er funderet i forestillingen om, at likes og notifikationer udløser gentagne belønninger i hjernen, der efterhånden udvikler sig til en afhængighed, der er sammenlignelig med afhængighed af euforiserende stoffer. Billedet er tydeligt og skaber overskrifter i medierne, og glider efterhånden ind i hverdags sproget, både hos journalister, debattører og mediebrugere selv.

Men afhængighedsbegrebet er omdiskuteret inden for forskningen og der er ikke entydigt belæg for at kalde den adfærd, der kan observeres, for afhængighed. Ydermere risikerer et fokus på afhængighed at forskyde diskussionen, så de problemer, nogen oplever, ikke adresseres på den bedste måde. Lidt firkantet kan man sige at den neurofysiologiske forklaring primært ser sociale og mobile medier som et stimulus-respons kredsløb – men en mere sociologisk tilgang ser brugen af sociale medier som en lang række af praksisser i hverdagslivet, der opfylder en lang række forskellige behov for kommunikation, information osv.



## **Hvorfor er det en dårlig idé at tale om afhængighed af medier?**

### **Nuancerne skal frem**

Stimulus-respons forestillingen er for store deles vedkommende baseret på laboratorieundersøgelser, hvor bestemte faktorer forsøges isoleret, så man kan teste deres påvirkning på et individ (som kan være et menneske, men dele af denne forskning er også baseret på forsøg med for eksempel rotter). Denne tilgang danner grundlag for undersøgelser af, hvordan hjernen reagerer på nydelse, stress og andre påvirkninger. Og den danner grundlag for mere eller mindre simplificerede forklaringer på unges forhold til teknologi og medier – også selvom stort set ingen valide undersøgelser har lavet netop dén kobling.

Det har de ikke, fordi medier ikke er en faktor, der kan isoleres fra livet som sådan. Vores brug af medier er relateret til en lang række forskellige aspekter i vores liv. Vi bruger for eksempel mobiltelefonen til at koordinere dagligdagen (ur, kalender, telefon, mails, rejseplan, indkøb osv., osv.) og vi bruger den i en række forskellige sammenhænge – og via en række forskellige platforme (fx forskellige sociale medier) – til at kommunikere med hinanden. For at kunne forstå betydningen af disse brugspraksisser er man nødt til at gå anderledes til værks, som det bl.a. sker i sociologiske og antropologiske brugerstudier. Disse studier har typisk fokus på, hvordan medier bruges på mangfoldige måder i hverdagslivet og baserer sig på observation og interviews med mediebrugere.

Det betyder, at man stiller nogle andre spørgsmål. I stedet for at spørge: 'Er du afhængig?', så spørger man, hvad mediebrugeren – for eksempel den unge pige fra indslaget på TV 2 – hvad hun bruger Snapchat til, hvem hun snapper med, hvad de betyder for hende og hvordan hun har det med at snappe, på godt og på ondt. Derved får man en lang række andre nuancer frem, som man kan bruge til at fokusere på de problemer, der måtte være, og udvikle løsninger og greb til at hjælpe unge mennesker med at få et medieforbrug, som de har det godt med, i stedet for med skarpt vinklede overskrifter at få dem til at fremstå som nogen, vi skal være bekymrede for.

Det betyder også, at man præsenterer nogle andre løsninger. Afhængighed behandles med 'detox', for eksempel – endnu et ord hentet fra den populærvideenskabelige sundhedsindustri. Men god mediebrug handler om meget andet end at tænde og slukke, at være online og offline.

Der er grund til at anlægge en reflekteret og passende kritisk vinkel på unges brug af medier. Men det er ikke ligegyldigt, hvad vi kalder det. Et stærkt fokus på afhængighed som forklaringsmetafor risikerer at gøre mere skade end gavn, fordi det ikke rummer de nødvendige nuancer og heller ikke understøtter den konstruktive dialog mellem unge og voksne, som er så nødvendig.

### *Om forfatterne:*

*Anne Mette Thorhauge er formand og børnesagkyndig for Medierådet for børn og unge, lektor, ph.d., Institut for medier, erkendelser og formidling, Københavns Universitet*

*Stine Liv Johansen er børnesagkyndigt medlem af Medierådet for børn og unge, lektor, ph.d., Institut for Kommunikation og Kultur, Aarhus Universitet*