

Nyhedsbrev nr. 17 - Februar 2022 Så gik der tid med det

Sang du med da du læste overskriften? *Tøsedrengene*, 1984 fra *"Tiden er klog"*. Spørgsmålet er, om vi bruger tiden klogt? Mange af os har vel prøvet, at 5 minutters planlagt Facebook tid blev til lidt mere? Efterfulgt af en vis irritation eller undren?

Sociale medier (SoMe) anvender bevidst et design, der henvender sig til vores hurtige tænkning. I bogen *"At tænke – hurtigt og langsomt"* uddyber Daniel Kahneman begrebet: *"Når du tænker hurtigt, så reagerer du på impulser og tænker ikke meget eller dybt over tingene. Når du tænker langsomt, så reflekterer du, er selvbevidst og overvejer situationen"*. Holdet bag sociale mediers opsætning er både psykologer og hjerneforskere. De kender til tilfredsstillelse på *"den korte bane"* og til dopaminsuset. SoMe bagmændene har dermed *"på den lange bane"* grundlagt en vane hos os, som vi har svært ved at styre. De vidste, hvad der var værd at vide om menneskets adfærd og evige jagt på anerkendelse. Tilsatte *"gratis ingredienser"* og sparkede derefter dørene ind til vores dopaminsluser. Slutproduktet minder om *afhængighed*.

SoMe algoritmer ved fra *dine* børns tidligere søgninger, hvad de ønsker at se. Den låner gerne deres opmærksomhed og tid. Det er udfordrende for den modtagelige børne/ungehjerne. Algoritmen er ligeglad med hvad børn og unge får ud af tiden. Opgaven er, at de bliver længst muligt. Uden mulighed for at nå at tænke langsomt.

"Satte ingenting på spil" lyder anden linje i sangen, jeg indledte nyhedsbrevet med. Men når det gælder børn, unge og SoMe, så er ALT på spil. Også deres velbefindende! Nogle børn og unge oplever ensomhed og uro, mens andre oplever, at det har en positiv indflydelse på dem. *Malene Charlotte Larsen, forsker ved Aalborg Uni.;* *"Børn og unge der bruger meget SoMe tid, føler sig mere triste"*. En dansk undersøgelse fra 2018 viste, at børn og unge mellem 11-15 år bruger over 4 timer dagligt på SoMe!

Onlinelandskabet er et overflødhedshorn af inspiration, leg, læring og venskaber. Men der er vildveje. Børn og unge kan via algoritmer *"loopes"* ind i helt forkert indhold. De har brug for hjælp. For at blive dit barns virtuelle airbag kan du med fordel læse *"Turen går til YouTube"*. Lær hvorfor børn og unge vælger YouTube? Hvad de møder og hvordan du spørger ind? Tak for at du læste med. Så gik der tid med det.

Dennis Lindholm Nielsen, Digital danneskonsulent, 30180539 www.brk.dk/digitaldannelselse