



Forskning om barn og barndom i Norden



Fagfellelvurdert artikkel | Vol. 41, No. 4, 2023, s. 65–80

Att skapa sig själv och andra – populärkultur i fritidshemmets vardag

Magnus Jansson

Linköpings universitet

E-post: magnus.jansson@liu.se**Lars Wallner**

Linköpings universitet

E-post: lars.wallner@liu.se

Sammanfattning

Att som barn gå på fritidshem innebär att möta många andra barn med olika intressen. Pedagoger i fritidshem behöver möta olika behov, intressen och erfarenheter, men även utmana barn att utvecklas i sina intressen. Populärkulturen erbjuder barn möjlighet att dela erfarenheter och kunskap. I denna artikel undersöker vi populärkulturens funktion i barns sociala möten på fritidshemmet. Studien bygger på fältobservationer med fritidshemspersonal ($n = 7$) och barn ($n = 47$), i åldrarna 8–9 år. Resultatet visar hur barn genom populärkultur kan "skapa" sig själva och andra i aspekter som exempelvis genus, ålder, individualitet, grupptillhörighet, värderingar och status. Detta kan ses som problematiskt, då barn inte alltid själva väljer vilka attribut som skapas utifrån den populärkultur de förknippas med. Viss populärkultur kan även strida mot fritidshemmets sociala och pedagogiska uppdrag. Det är därför viktigt att inte oreflekterat begränsa populärkulturen, utan skapa samtal kring detta för att medvetandegöra både barn och vuxna om populärkulturens betydelse i barns liv.

Nyckelord: *attribut, barns intressen, performativitet, sociala relationer, TikTok*

Abstract

To Create Oneself and Others – Popular Culture in Everyday School-Age Educare

Attending school-age educare for a child means meeting many other children with varying interests. Teachers, therefore, need to respond to children's different needs, interests, and experiences, but also challenge them in developing these interests. In this article, we explore how popular culture expressions are constructed in school-age educare. The study was done through field observations with staff ($n = 7$) and children ($n = 47$), aged 8–9 years. Results show that children use popular culture to "create" themselves and others by displaying, e.g. gender, age, individuality, group affiliation, values, and status. This could be potentially problematic as children do not always choose what attributes are constructed from the popular culture they are associated with. Furthermore, certain popular culture conflict with the social and pedagogical mission of school-age educare. Thus, it is important to not unreflectively limit popular culture, but rather create discussions and awareness, in both children and adults, of the importance of popular culture in children's lives.

Keywords: *attributes, children's interests, performativity, social relations, TikTok*

Introduktion

Att som barn gå på fritidshem innebär att möta stora grupper av andra barn och att arbeta med en stor variation av material och aktiviteter. Nästan en halv miljon svenska barn i åldrarna 6–12 år går på fritidshem varje vecka, vilket motsvarar nästan hälften av alla barn i den åldersgruppen och antalet har ökat stadigt de senaste tio åren (Skolverket, 2020). Stora barngrupper och ett fokus på individens egna intressen gör att det är en krävande verksamhet för lärare när det gäller att planera, utföra och utvärdera aktiviteter. Men det innebär samtidigt att det finns stora möjligheter för barn att möta andras intressen och att utmanas i sina egna perspektiv. Fritidshemmets verksamhet utgår från att "undervisningen tar sin utgångspunkt i elevernas behov, intressen och erfarenheter, men också att eleverna kontinuerligt utmanas ytterligare genom att de inspireras till nya upptäckter" (Skolverket, 2022, s. 25). På detta sätt är det centralt för fritidshemmet att möta barnen i deras intressen, men även att utmana dem att utvecklas inom verksamheten. Populärkulturen är lättillgänglig, utbredd bland barn och omfattande i både art och variation (se t.ex. Persson, 2000, 2002). Den erbjuder i form av film, tv, spel, musik med mera ett relevant underlag för barnens utveckling: "Oavsett social, kulturell och språklig bakgrund delar barn erfarenhet och kunskap utifrån populärkultur" (Falkner & Ludvigsson, 2016, s. 45).

Trots att fritidshemmet ska vara en arena där barns intressen möts, kan barns egna uttryck ändå begränsas på olika sätt i verksamheten och utanför (se t.ex. Martínez & Olsson, 2021). Vuxna begränsar ibland barns mediakultur utifrån egna uppfattningar om barndom och medias påverkan på barndom, utan att ta in barnens egen syn på detta (Ågren, 2015). Det kan leda till att barn får svårt att dela kulturella och sociala beröringspunkter, både med varandra och med vuxna i verksamheten (Dahl, 2014; Dunkels, 2005). Martínez och Olsson (2021) visar som exempel hur mobiltelefonen regleras eller förbjuds

i fritidshemsverksamheten. Då många barn bedriver fritidsintressen och sociala kontakter genom det digitala mediet, begränsar detta deras möjligheter att uttrycka sig.

Att inte kunna mötas likvärdigt, kulturellt och socialt kan skapa friktion i en verksamhet som fritidshemmet (jfr Martínez & Olsson, 2021; Skolverket, 2022). På grund av detta finns det god anledning att utforska om och hur barns populärkultur kommer till uttryck i fritidshemmets verksamhet (jfr Sparrman et al., 2016). Populärkulturen ifrågasätts och kritiseras ofta för att vara våldsam, sexistisk, fördummande och liknande (Martinsson, 2015, 2018; Persson, 2000, 2002; Wallner & Aman, 2023). I synnerhet är digital populärkultur, såsom spel, sociala medier med mera, något som vårdnadshavare är negativa till (Statens mediaråd, 2019). Men det är viktigt att inte generalisera populärkulturen, utan i stället utforska både positiva och negativa aspekter av vad som görs med den i en verksamhet.

Vår studie utgör en fallstudie av några barns och vuxnas samtal om viss populärkultur och kan därmed inte generaliseras. Vårt syfte har inte varit att utforska problematiska aspekter som exempelvis videovåld och gangsterrap, utan snarare att öka kunskapen om vilken roll populärkulturen har i barns sociala möten. Det har vi gjort genom observationer på ett svenskt fritidshem under ett antal veckor. Forskning om fritidshem är fortfarande begränsad (Falkner & Ludvigsson, 2016; Skolforskningsinstitutet, 2021), vilket gör denna studie till ett värdefullt bidrag för förståelsen av fritidshemsverksamheten. Studien bidrar också med kunskap om barns kulturskapande samt ger en ökad förståelse för populärkulturens roll i samhället. Studien bidrar på detta sätt även till en pågående samhällsdebatt om och kunskapsutveckling av populärkulturens roll i barns kulturliv (se t.ex. Martinsson, 2015, 2018; Persson, 2000, 2002; Wallner, 2020) samt hur den kan vara en del i att skapa en meningsfull fritid för barn i fritidshem.

Syfte och frågeställningar

Syftet med denna artikel är att öka kunskapen om populärkulturens funktion i barns sociala möten på fritidshemmet. För att uppnå detta syfte besvarar artikeln följande forskningsfrågor:

- Hur uttrycker och skapar barn populärkultur i fritidshemmet?
- Vad uppstår i mötet mellan barn och populärkultur i fritidshemmet?

Populärkultur som social och kulturell gemenskap

Populärkultur är ett komplext begrepp. Det är socialt, kulturellt och historiskt konstruerat och därmed föränderligt (Martinsson, 2018; Persson, 2000, 2002). Populärkultur brukar anses vara billigt att tillägna sig, kräva mindre kunskap att delta i och därmed vara lättillgänglig för den breda allmänheten. Här kan vi exempelvis skilja serietidningar från medeltida engelsk poesi, samtidigt som konsertbiljetter, exklusiva spelkort och vissa nummer av serietidningar kan kosta tusentals kronor och ändå anses vara populärkultur. Det finns också en bild av populärkulturen som något som är just ”populärt”, det vill säga som en stor del av befolkningen ägnar sig åt, exempelvis Melodifestivalen, till skillnad från ett smalt intresse som knyppling. Samtidigt skulle de flesta anse att aktiviteter som cosplay,

där deltagarna klär ut sig till karaktärer från olika spel och filmer, är en populärkulturell hobby, även om antalet utövare i Sverige är procentuellt litet. Slutligen finns det även en uppfattning att populärkultur skulle vara av lägre kvalitet än annan typ av kultur, såsom skillnaden mellan Kalle Anka-tidningar och Dostojevskij-romaner. Men ändå nomineras serieromaner till Augustpriser och vinner Pulitzerpris. Vilken tolkning som än görs här är idéer om populärkultur präglade av ”ekonomi, ideologi, estetik och psykologi” (Rhedin, 1986, s. 51). Att diskutera detta utförligt är mer än vad som finns utrymme för här (se t.ex. Persson, 2000, 2002).

I denna text utgår vi från vad vi anser vara en okontroversiell och allmän tolkning av populärkultur, det vill säga musik, dans, litteratur, sport, konst och media som är populär, utbredd och lättillgänglig utifrån vår tid och ett majoritetskultursperspektiv (Martinsson, 2018; Persson, 2000, 2002). Via språkliga och kulturella aktiviteter får barn tidigt tillträde till populärkulturen (se t.ex. Fast, 2007; Gee, 2001) och de delar gärna detta engagemang med andra (Fast, 2007). Vi erkänner att som medelålders vita män har vi forskare en annan syn på vad populärkultur är jämfört med barnen i vår studie. Därför har vi också i mångt och mycket försökt att förstå barnens kultur utifrån samtal med och observationer av barnen. Populärkultur ses på intet sätt som synonymt med barns kultur (Sparrman et al., 2016; Sparrman & Sandin, 2012), utan det finns gott om populärkultur som inte riktar sig till barn. Samma diskussioner skulle kunna föras kring huruvida barns kultur ska ses som populärkultur eller inte. På det här sättet kan populärkulturen ses som en av grundstenarna i fritidshemmets verksamhet, för att ge barn och lärare ett grundstoff där de kan mötas, diskutera och förhandla kring möjliga delade värden (jfr Bourdieu, 1993). Vi är därför intresserade av hur dessa möten görs och vad de kan resultera i.

Populärkultur som performativ handling

I denna studie används begreppet *performativitet* (Butler, 1999), för att förstå hur barnen på fritidshemmet använder populärkulturen för att skapa sociala attribut (jfr Sparrman, 2002; Øksnes, 2008). Med exemplet genus förklarar Butler hur det sociala könet är något som inte existerar ontologiskt, oberoende av människor, utan hur människors symboliska handlingar och uttryck är del i att socialt konstruera genus. På samma sätt ser vi populärkulturen som skapad av och skapare av deltagares handlingar och uttryck, och hur deltagarna använder populärkulturen för att visa upp sig på olika sätt.

I sin avhandling skriver Sparrman (2002) om hur barn klär (ut) sig och leker och hur det visuella fungerar som markörer för *attribut* i barnens interaktion. Attribut innebär här att symboler eller artefakter markerar och uttrycker bland annat egenskaper, värderingar och status på olika sätt. Att exempelvis bära en t-tröja med ett tryck från datorspelet Fortnite innebär att kunna förknippas med något, såsom en egenskap (duktig på datorer) eller social identitet (en ”gamer”), vilket i sin tur kan positionera någon i en social ordning. Attribut skapas i relation till andra, antingen genom hur du själv uttrycker dig eller att någon annan förknippar ett märke du bär med en viss positionering. Attribut behöver inte vara medvetet uttryckt hos den som bär symbolen, utan olika individer kan skapa olika

attribut i relation till samma symboler. Som bärare kanske barnet vill uttrycka ett positivt fritidsintresse, medan andra kan förknippa det med negativa stereotyper.

Kläder kan användas som sociala markörer som befäster roller och acceptabelt beteende samt för att organisera lek utifrån barns förståelse av världen, men även för att utmana den (Fast, 2007; Sparrman, 2002). Märkeskläder som Adidas, Nike och liknande är vanligt förekommande bland barn, även om dessa kläder inte nödvändigtvis är könskodade (jfr Sparrman, 2002). Seiter (1993) har studerat konsumtionskultur och föräldrars syn på barns konsumtion av bland annat leksaker, där en särskilnad görs mellan bra och dålig konsumtion. Seiter argumenterar för att se barn som kompetenta mediakonsumenter som kan göra egna val och skilja på olika värden i populärkulturen. På liknande sätt som för vuxna har barns konsumtion också en social funktion, vilket kan ge tillträde till en social grupp och en gemensam kultur. Seiters studier av mediabilder för barn påvisar tydligt den genuskodning som media och marknadsföring har riktat till barn, men även föräldrars medvetenhet om och problematisering av detta. Sparrman (2002) demonstrerar att kläders färger och motiv ofta är könskodade på olika sätt med olika karaktärer och färger. Även om Sparrman visar att logotyper, mönster och olika motiv är vanligt förekommande och att det kan vara viktigt för barnen ”att kopplas samman med ett speciellt motiv eller mönster” (2002, s. 87–88), pekar hon också på att dessa kopplingar sällan diskuteras av barnen. I samtal med ett av barnen visar hon att motiven inte behöver ha någon speciell betydelse för barnen själva, utan att det snarare kan vara svårt för dem att komma ifrån logotyper och motiv från olika företag. Dock kan det vara så att barnen undviker vissa motiv, som informanten ”Hampus” som inte vill ha en tröja med den kvinnliga karaktären Mulán (Sparrman, 2002, s. 91).

Varken barns kultur eller populärkultur innefattar intrinsikala värden (Sparrman, 2019a; Sparrman et al., 2016), utan detta är något som konsumenter av populärkultur konstruerar. Populärkulturen ska inte heller nödvändigtvis förstås som ett motstånd mot vuxenvärlden, eftersom all populärkultur inte är skapad för barn (Persson, 2000). Såväl barns kultur som populärkultur måste alltså förstås utifrån de positioneringar som deltagare skapar kring dem (Sparrman, 2019a; Sparrman et al., 2016). I den aktuella studien är vi därför intresserade av vilken funktion populärkulturen får i barns möten i verksamheten.

Tidigare forskning – synen på populärkultur

I detta avsnitt redogör vi för tidigare forskning om populärkultur och dess relation till pedagogiska institutioner av olika slag, med fokus på fritidshemmets verksamhet. Den tidigare forskningen kring populärkultur i pedagogiska verksamheter kan i stort sägas ta ett subjektivt perspektiv, där antingen barns eller vuxnas syn på populärkulturen studerats. I en studie av yngre barns literacypraktiker visar Fast (2007) hur leksakskataloger, när de kommer i brevlådan, blir till en egen typ av högtid för barnen att samlas kring, diskutera och visa sina favoriter som de önskar sig: ”Barnen känner igen en rad logotyper i katalogerna som ’Lego’, ’X-box’, ’Playstation’, men också bokstäver och ord i anknytning till olika leksaker” (s. 103). Vidare demonstrerar Fasts studie hur barnen själva gör kategoriseringar

och åtskillnader utifrån hur populärkulturen är riktad. Fast (2007) beskriver att barn är högst medvetna om att vissa produkter riktar sig till flickor och andra till pojkar, samt vilka produkter som är populära att hålla på med. Här skapas en form av intern hierarki mellan olika slag av populärkultur, utifrån vilka barn som tycker om att leka med vilka saker (Fast, 2007). I en annan studie visar Wallner (2020) hur barns och vuxnas syn på serietidningar aktualiseras i arbetet med serier i årskurs 3, där Wallner bland annat lyfter fram diskurser om serier som barnlitteratur och ”sämre” läsning.

Fast (2007) visar även hur populärkulturella intressen i de yngre barnens lärande- och omsorgsinstitutioner ofta inte tas till vara av pedagogerna. I många fall insisterar förskollärare i Fasts studie på att populärkulturen ”är något [barnen] får syssla med hemma” och ”[i] förskola ... vill [förskollärarna] erbjuda något annat” (Fast, 2007, s. 144). När barnen går över till förskoleklass och skola reflekterar Fast enligt följande: ”Jag har aldrig sett barnen i studien inbjudas att ta fram berättelser de tagit del av utanför skolan. Inte heller har jag hört någon lärare knyta an till de globala berättelser som de flesta av barnen är insatta i via leksaker, filmer, teveprogram och dataspel. Barnen associerar ofta till dessa” (2007, s. 159). Barns populärkulturella intressen verkar gång på gång falla utanför de institutionella ramarna och deras kunskaper tas inte till vara – oavsett om det är på grund av försummelse eller explicit motstånd. Fast (2007) resonerar kring att problemet kan vara att läraren inte delar den kunskap som barnens intressen erbjuder.

Ett annat problem belyser Evaldsson (1993) som pekar på att lärare i fritidshem moraliserar över barns önskemål och erfarenheter gällande populärkulturella artefakter utifrån sina egna värderingar. I detta nedvärderas även barnens vårdnadshavare, då fritidshemspersonalen hävdar att vårdnadshavarna alltför lättvindigt köper saker till sina barn (jfr även Fast, 2007). Fritidshemspersonalens motstånd och moraliserande kring populärkultur kan också ske utifrån fler motiv. Sparrman (2002) illustrerar hur skola och lärare förbjudit barn att ta med sig populärkultur (Pokémon, Pogs med mera) från hemmet till skolan. Anledningen är att undvika sociala hierarkier till följd av olika hemförhållanden, där vissa barn har råd med samlarbilder medan andra inte har det. På detta sätt, menar Sparrman (2002, s. 27), kan skolan undvika att dessa sociala och kulturella olikheter blir synliga i skolmiljön, även om skillnaderna fortfarande finns kvar.

Tidigare forskning visar därmed dels att barns intresse för populärkulturen är stark, dels hur både pedagoger och föräldrar gör motstånd mot barns intresse för populärkultur. Det handlar framför allt om att populärkulturen ska hållas utanför det institutionella. Samtidigt visar forskningen hur populärkulturen också kan användas för barns sociala relationer, för att väcka nya intressen, utveckla redan existerande intressen och utveckla literacitet (Fast, 2007, 2018; Wallner, 2017). Populärkulturen kan då bli en del av ett kulturskapande (Sparrman, 2002, 2019b). Den starka moraliska aspekten av populärkultur som skräp, trivalt eller till och med farligt lever kvar (se t.ex. Martinsson, 2015, 2018; Persson, 2000; Seiter, 1993; Wallner, 2020). Därför undersöker vi i vår studie hur barn i ett svenskt fritidshem uttrycker och skapar populärkultur och vad som uppstår i mötet mellan barn och populärkultur i fritidshemmets verksamhet.

Metod

Studiens fokus är brett och därför har vi även satt breda inkluderingskriterier för forskningsdeltagande. Efter en tids efterforskningar valde vi ett fritidshem i en medelstor stad i Sverige som visade intresse för att vara med i studien. Studien bygger på fältobservationer i två fritidshemsavdelningar, med medverkande fritidshemspersonal och barn från årskurs 2 och 3 på ”Vårskolan”. Totalt deltog 47 barn i åldrarna 8–9 år och 7 personal.

Information om studien gavs först både skriftligt och muntligt i möte med rektor och tillfrågad personalgrupp. Detta följdes upp med ett informationsbrev till vårdnadshavare och barn via fritidshemmets digitala nyhetsbrev. Inför studiens början skickade vi även ett samtyckesbrev till vårdnadshavare och barn att skriva på. Dessutom hade vi en samling med varje barngrupp där vi informerade om studien och barnen fick ställa frågor (Vetenskapsrådet, 2017). Eftersom studien inkluderar deltagande barn har vi även varit noga med att arbeta med kontinuerligt samtycke (Vetenskapsrådet, 2017). Det betyder att om ett deltagande barn, eller en grupp, under en stund eller en dag visat en ovilja att bli observerade har vi låtit dem vara i fred och i stället fokuserat på andra deltagare. De namn på skola och deltagare som används i texten är pseudonymer för att skydda deltagarnas identitet.

Vi valde att genomföra studien i form av fältobservationer och fältanteckningar. Anledningen är att forskningsmiljön är komplex, då den omfattar ett stort antal deltagare, ett flertal olika rum som används på oförutsägbara sätt och en hög grad av rörlighet mellan inom- och utomhusmiljöer. Här är vår studie inspirerad av en etnografisk tradition att studera en miljö där aktörerna använder sina erfarenheter och tolkningar, genom att de medverkar i sin egen sociala föreställning (Fangen, 2005; Hammersley & Atkinson, 2019). Likt Dahl (2014) var vår ambition att vara en icke-störande närvaro i verksamheten. Detta medförde att vi som forskare utvecklade en sensitivitet i den dagliga verksamheten, främst då till barnen och barnens görande (jfr Corsaro, 2005). Vi upplever att detta tillvägagångssätt gav barnen en trygghet, genom att vi ofta blev inbjudna till aktiviteter och att de talade öppet i vår närhet. Möjligheten att följa barnen under en längre tidsperiod medförde även att vi kunde se en mängd olika aktiviteter och situationer (jfr Fangen, 2005).

Studien pågick under perioden 25 april–16 juni 2022 då vi besökte Vårskolan 1–3 dagar i veckan och 2–6 timmar per dag. Totalt utgjorde studietiden cirka 52 timmar. Perioden inkluderade även ungefär en vecka under sommarlovets början där fritidshemsdagarna blev längre och aktiviteterna utökades, även om antalet deltagande barn minskade. Fältstudierna anpassades efter dels antal deltagande barn som befann sig på fritidshemmet vid olika dagar och tider, dels de aktiviteter som förekom samt lov dagar och liknande.

Studien har resulterat i 43 olika fältanteckningar, vilket sammanlagt utgör 46 sidor med beskrivningar av handlingar och informellt tal. De återspeglar kortare stunder såväl halvdagar som heldagar. Dessa fältanteckningar utgör vårt gemensamma datamaterial. Eftersom vårt fokus har varit barns och lärares användning av och samtal kring populärkultur, har vi under fältstudierna försökt att fokusera på detta. Anteckningarna har sedan analyserats genom en tematisk analysmetod (Braun & Clarke, 2006) med utgångspunkt i

att induktivt leta latent mening i datamaterialet. Vi har kodat mönster i fältanteckningar (t.ex. Fortnite, dans och musik), utifrån vilka vi sedan bildat etiketter (t.ex. digitala verktyg, rörelse) som vidare utvecklats till kategorier (t.ex. barns olika kunskaper). Genom utvecklandet av kategorier har dessa beskrivits, jämförts och grupperats i olika teman (Braun & Clarke, 2006).

Resultat

I detta avsnitt redogör vi för resultaten av den tematiska analys som vi gjort utifrån det övergripande syftet med studien. Resultaten redovisas i två huvudsakliga teman: *Uttryck för populärkulturell konsumtion: konstruktion av barns populärkultur* och *Sociala medier som en del av barns populärkultur*. I den efterföljande sammanfattande diskussionen resonerar vi sedan kring detta utifrån ett fritidspedagogiskt perspektiv.

Uttryck för populärkulturell konsumtion – konstruktion av barns populärkultur

I likhet med vad som har observerats i Sparrmans (2002) studie bär flertalet barn på Vårskolan olika populärkulturella tryck på kläder, kepsar och väskor. Dessa tryck kan tolkas som symboler, piktogram eller logotyper (se t.ex. McCloud, 1995). Detta konstruerar barnen som konsumenter av populärkultur, måhända passivt genom att det är vårdnadshavarna som köper kläder med dessa tryck åt dem (jfr Sparrman, 2002). I nedanstående fältobservation från skolgården återges hur olika tryck har observerats:¹

Jag står på gården och ”Fritidshemmens dag” har varit igång i en dryg timme ungefär. I havet av barn så är märken, logotyper och tryck vanligt förekommande. Jag skapar en lista över dessa:

Typ av tryck	Sitter på	Flickor (n = 12)	Pojkar (n = 24)
Dator-/tv-spel (t.ex. Minecraft)	Tröja	1	4
Djur (t.ex. katt)	Tröja	3	
Film (t.ex. Jurassic Park)	Tröja, mössa	1	2
Sportlag (t.ex. Chicago Black Hawks)	Tröja, keps	1	4
Superhjälte (t.ex. Spider-man)	Keps, tröja, ryggsäck		4
Organisationer (t.ex. Nasa)	Tröja		2
Klädmärke (t.ex. Nike)	Tröja, väska, keps	5	8
Koncept (t.ex. Girl power)	Tröja	1	

Exempel 1. 2022-05-10, L.

1 Den lista som återges här är en sammanfattning av den totala listan som noterades i fältobservationen. Den sammanfattas här dels för att spara utrymme, dels för att de samlade kategorierna av tryck räcker för vår analys. Efter varje kategori anges ett exempel på kategorin för att förtydliga innehållet för läsaren.

I denna korta observation ges exempel på att både flickor och pojkar bär olika tryck som kan knytas till någon form av populärkultur, då vi ser klädmärkeslogotyper som en del av populärkulturen (se även Cunningham, 2016). Detta kan ses som en form av performativt uttryck (Butler, 1999), där barnen genom sitt bärande av dessa symboler blir producenter av kultur. I den sociala rollen som barn i verksamheten blir det just barns kultur som konstrueras (Fiske, 1992; Sparrman, 2019a; Sparrman et al., 2016). Barnens bärande av populärkulturella tryck skapar attribut i relation till andra. Dessa attribut skapar en social funktion i relation till ett kulturellt system. Barnens symbolbärande blir helt enkelt ett uttryck för ett kulturellt kapital (Bourdieu, 1993): vilka de är, vad de gör (t.ex. på fritiden) och vad de tycker om. I denna sociala funktion blir barnet en aktör i en socialt konstruerad roll (jfr Buckingham, 1994). Fritidshemmet blir en arena där olika aktörer möts och, med sina olika konstruktioner av attribut, (re)konstruerar normer och värden från populärkulturen genom att bära och tolka dessa populärkulturella symboler (jfr performans av genus, Butler, 1999). Det är exempelvis dubbelt så många pojkar som flickor som bär tryck. Pojkarna bär också i högre grad tryck med sportlag, superhjältar och dator- eller tv-spel, vilket bidrar till en uppvisning av maskulinitet (jfr Butler, 1999; se även Wallner & Aman, 2023). Det är däremot bara flickor som bär tryck med djur (t.ex. katter), vilket bidrar till att skapa ett uttryck av femininitet (jfr Sparrman, 2002). Trycken bidrar därmed till ett sätt för barnen att göra sig, eller göras, till flicka respektive pojke (Butler, 1999) som en del i andra attribut som skapas genom populärkulturen.

Nedan ges ett annat exempel där vi observerade hur sociala roller skapas av barnen och även av forskaren. Här kommenterar några barn en pojkes armbandsur och smycken, och skapar attribut av dessa:

Klockan är snart halv tre och vi sitter i matsalen med fritidshemsbarnen och äter mellanmål. Martin sitter närmast mig vid bordet och han har bland annat en tjock guldliknande länk runt halsen, klocka och armband i guldimitation. På fingrarna har han guldimiterade ringar. Hans kroppsspråk är dessutom hämtat ifrån hur jag föreställer mig att de har i "ortens" hiphopkultur. Den flicka jag sitter med (Kerstin) börjar snart att kommentera Martins klocka: "Är det en guldklocka?" "Ja", svarar Martin, "den kostar sexhundra kronor." "Får jag titta?", frågar Kerstin. Martin tar av sig klockan och ger den till henne. Precis då säger fritidsläraren Mikael att de får gå från bordet. Kerstin reser sig och tar med sig klockan och Martin följer efter. En annan pojke, Patrik, som sitter bredvid, säger beundrande att "han [Martin] har fler klockor, bland annat en Rolex".

Exempel 2. 2022-05-17, M.

Barnen vid bordet, liksom forskaren, uppmärksammar Martins guldklocka, armband och halsband. I denna situation kan dessa anses utgöra attribut kopplade till en viss kulturell och social roll som Martin och de andra deltagarna är med och samskapar. Vid bordet kommenteras beundrande att Martin inte bara har en klocka, utan flera, och att en är en Rolex. På detta sätt skapas attribut med en social funktion att konstruera Martin

som häftig, tuff, förmögen med mera och ge honom tillhörighet till ett socialt och populärkulturellt sammanhang (hiphop-kultur). Detta är även tydligt genuskodat som maskulint (jfr Dankić, 2019; Seiter, 1993). Att Martin nämner priset på klockan gör honom till en aktiv medskapare av dessa attribut (jfr Buckingham, 1994) och det visar att han inte är ett passivt objekt som skapas av andra (jfr Sparrman, 2002). Hip-hop-kulturen blir i detta fall en möjlig gemensam populärkulturell referensram som barnen kan använda för att skapa attribut.

Som enda flickan vid bordet är Kerstin här en mer aktiv beundrare av Martins klocka. Hon initierar samtalet med sin fråga om det är en guld-klocka och ber Martin att ta av klockan för att hon ska få titta närmare på den. Hennes agerande passar in i den populärkulturella maskulina rollen inom mycket hiphop, där kvinnor, då de inte osynliggörs helt, ofta agerar som beundrare av männens handlingar, personligheter och livsstil (se t.ex. Dankić, 2019). Martins agerande, både att ge Kerstin klockan när hon ber om den och att inte protestera när hon går iväg med den, signalerar en trygghet med flickans inspektion och en självsäkerhet i sin roll i gruppen. På detta sätt visar Martin för gruppen att Kerstins beteende är förväntat och hans trygghet signalerar en nonchalans inför gruppen att han inte bekymras av att någon annan hanterar hans dyrbara klocka.

I populärkulturen får smycken och kläder på detta sätt en performativ roll i att skapa sociala attribut mellan deltagare, oavsett bärarens intentioner. I exempel 2 ovan kommunicerar Martin tydligt sitt intresse till en önskvärd publik, det vill säga andra barn och en av forskarna. Den sociala aktiviteten mellan pojkar, flickan och forskaren visar hur samtal om populärkulturen blir ett sätt att konstruera attribut, såsom makt, pengar och status. Martin framhåller i exemplet sitt aktiva ägande, vilket också visar upp honom som konsument (jfr Seiter, 1993), kulturell deltagare och innehavare av kulturellt kapital (Bourdieu, 1993).

Sociala medier som en del av barns populärkultur

TikTok är en sociala medier-applikation som i stora drag handlar om att skapa och dela korta videor med andra användare. I barnens vardag på fritidshemmet är TikTok något det pratas om, eftersom några av barnen har egna användarprofiler och lägger upp videor där trots att appen har 13-årsgräns. Ett av barnen (Johanna) pratar ofta om sin aktivitet på TikTok och frågar flertalet gånger oss forskare om vi har varit inne på hennes TikTok:

Tre av flickorna tar färgpennor och sina Chrome Books och sätter sig i mitten/köket på fritidshemmet. ... Johanna frågar mig om jag skaffat TikTok än och jag svarar nekande. ... Hon frågar om hon kan få skriva upp sitt användarnamn till TikTok ("så att du kan hitta mig"). Hon dikterar och tittar så att jag skriver upp det rätt, och lägger till att jag ska skriva upp hur många följare hon har (1255). Johanna vänder sig plötsligt till pedagogen Emma och frågar om hon har TikTok. Emma svarar nekande. ... Emma frågar vad flickorna tycker om TikTok. Olga svarar att hon får TikTok om fyra år, och de nämner en annan flicka som fick det för två år sedan – en flicka som Anneli (en av de andra pedagogerna) kommenterar är äldre.

(12 eller 13)

Flickorna pratar om att det är orättvist att andra kompisar har Snapchat och att någon inte har det, då det oftast används för gruppchattar och att man då blir lämnad utanför. Emma noterar att ”man får vara försiktig med och tänka på vad man skickar” och flickorna instämmer. ... Johanna förklarar att när hon skaffade TikTok så fick hon välja vad hon skulle se i sitt flöde och att hon då valde sina kompisars flöden och inte ”läskiga saker”. ... ”Det är så mycket som läggs ut”, säger hon. Anneli frågar om det inte är åldersgräns på TikTok och någon av barnen svarar att det är 12-årsgräns. Johanna berättar att hon bara tittar om kompisarna lägger upp och att hon själv inte får lägga upp bilder på sitt ansikte. (Det är oklart om detta är en regel som hon uppfattat som TikToks, eller något som vårdnadshavare instiftat.) När ett av de andra barnen påminner henne om att hon faktiskt har lagt upp bilder på sig själv, så säger hon snabbt att hon ska ta bort dem och ler något skamset.

Exempel 3. 2022-05-11, L.

I exemplet ovan ser vi Johannas intresse för TikTok och hur hon söker relationer med andra genom det sociala mediet. Hon är noggrann med att visa hur många följare hon har och hon söker aktivt nya följare. Alla flickorna i gruppen har någon relation till sociala medier, vilket ligger i linje med en alltmer ökad närvaro av barn och unga på sociala medier (Findahl, 2014).

På det studerade fritidshemmet får barnen inte ha någon smarttelefon, utan den lämnas hemma eller i kapprummet. Den kan också låsas in om de vill. Vid några tillfällen observeras hur barnen lämnar fritidshemmet med telefonen i handen, vilket tydligt visar att den är viktig för många av dem. Smarttelefoner utgör en given väg till sociala relationer med andra unga i en växande social värld (se t.ex. Lunde & Daneback, 2018; Merikivi et al., 2019). Båda pedagogerna efterfrågar barnens perspektiv på olika sociala medier och pedagogen Emma uppmanar även flickorna att ”man får vara försiktig med och tänka på vad man skickar”. Sociala medier som TikTok, där bild och video är den dominerande kommunikationsformen, görs här till en möjligen problematisk aktivitet för de unga flickorna, då både ålder och genus är en faktor här. Olga har inte TikTok men ska få det om fyra år då hon blir 13 år (vilket är åldersgränsen för TikTok). Men flickorna känner andra som använder TikTok, exempelvis Johanna, trots att de inte uppfyller åldersgränsen, vilket är vanligt förekommande (Findahl, 2014). Johanna argumenterar för vilka steg hon har tagit för att kringgå denna gräns, något som direkt dementeras av andra barn.

Johannas uppvisade genans och hennes förklaringar gör det tydligt att hon är medveten om det institutionella regelbrott hon begår mot åldersgränsen. Samtidigt visar både Johannas engagemang kring TikTok och de andra barnens perspektiv hur sociala medier även är en del av barns kultur. Många av deras vänner har TikTok, eller liknande appar, och det verkar finnas en önskan hos flera barn att dela gemenskapen (jfr Sparrman, 2019a; Sparrman et al., 2016). För Johanna är TikTok ett sätt att utveckla sina sociala resurser, men hennes, de andra barnens och de vuxnas sätt att prata om appen visar samtidigt att det inte anses vara en plats för barn (jfr Lunde & Daneback, 2018). Här uppvisar barnen ett *age-shifting* (Sørenssen, 2014, 2015) eller ”åldersskiftande”, som är typiskt för *tweens*, det

vill säga barn i åldrarna 8–12 år (Sørenssen, 2014). I gränslandet mellan att vara barn och tonåring utmanas ofta åldersgränser av dessa barn, men förändringen av sociala relationer, intressen och liknande möter också motstånd från vuxna i deras närhet (Sørenssen, 2014, 2015).

Även genusaspekten är viktig här. I detta exempel finns det dock inte några pojkar att jämföra med. Vi observerade inte heller att pedagogerna pratade med pojkar om sociala medier på samma sätt som med flickor. Däremot har vi antecknat att åtminstone några av pojkarna på fritidshemmet var aktiva producenter på YouTube. Men vi finner det intressant att det är just en grupp flickor och två kvinnliga pedagoger som har samtal om TikTok, eftersom flickor är särskilt utsatta på internet och i sociala medier. Enligt Brå (2022) uppger 42 procent av flickorna i årskurs 9 att de har utsatts för hot på internet, jämfört med 22 procent av pojkarna. I samtalet görs de digitala mötesplatserna till potentiella hot, där flickorna själva behöver se till att de inte blir utsatta genom att inte dela material med andra.

Barns engagemang i olika medier och deras samtal om sociala medier visar deras olika populärkulturella intressesfärer. De intresserar sig för mode, foto och livsstil, men även spelaktiviteter och liknande (jfr Merikivi et al., 2019). Användningen av sociala medier är även ett sätt för barnen att konstruera genusroller (Butler, 1999). Exempelvis verkar flickornas engagemang i sociala medier huvudsakligen handla om att bygga och upprätthålla sociala relationer, vilket kan ses som feminint könskodat (Butler, 1999; Sparrman, 2002). Samtalet om sociala medier i vår studie skiljer sig en del mot de aktiviteter som förekommer i tidigare forskning om fritidshem, där sociala medier bland barn inte var lika vanligt förekommande. I Sparrmans (2002) studie diskuteras exempelvis nya populära media-bilder i form av tv-reklam eller DVD-filmer, som under 1990- och 2000-talet fick stort genomslag hos unga. I vår studie har det digitala mediet, såsom sociala medier, spel, musik, skrivande och läxhjälp, ofta dominerat barnens språkbruk i form av såväl populärkulturella referenser som deras aktiviteter i fritidshem.

Sammanfattande diskussion

I denna studie har vi undersökt hur barn uttrycker och skapar populärkultur i fritidshemmets vardag, samt vad som uppstår i mötet mellan populärkultur och barn. Det är tydligt att populärkultur genomsyrar många av barnens aktiviteter och samtal på fritidshemmet, även om det bara har varit möjligt att visa en bråkdel av detta här. Resultatet av vår studie visar hur populärkulturen används av barnen för att konstruera attribut, ett förknippande mellan kulturuppvisning och barns intressen, deras individualitet och grupptillhörighet, samt värderingar och status.

Resultatet visar också hur populärkulturen går igen i tryck på kläder och väskor, i barnens aktiviteter och i deras hantering av sociala relationer och självuttryck. Detta skapar olika sätt för dem att visa upp sig och sina intressen. Skapandet av attribut görs i socialt samspel mellan både vuxna och barn, även om vi här framför allt fokuserat på samtal mellan barn. Barnen är aktiva medaktörer i det sociala konstruerandet av roller

(jfr Buckingham, 1994), exempelvis när det gäller genus och ålder. Exempelen visar hur barnen gör sig själva till aktiva konsument, vilket skapar en social funktion för barnen att inkluderas i eller att tilldelas en social grupp och en gemensam kultur (Bourdieu, 1993; Seiter, 1993). Att konsumera populärkultur görs här till en aktiv del i kulturskapandet. Det kan vara ett sätt för dessa barn att pröva gränserna mellan barns och ungdomars kultur, att leka med koncept som ålder, grupptillhörighet (Sparrman, 2019a; Sparrman et al., 2016; Sørenssen, 2014, 2015) och genus (Butler, 1999). De exempel som visas i denna artikel kan ses som en barngrupps olika erfarenheter och intryck från populärkultur, såsom TikTok och andra former av sociala medier, och som ett delat kulturellt kapital (Bourdieu, 1993).

Som pedagog i fritidshem är det en utmaning att möta barn i deras intressen för populärkultur. Sparrman (2002), Fast (2007) och Klerfelt (2007) visar alla i någon mån fritidshemspersonals, och även vårdnadshavares, motstånd mot populärkultur och digitalt berättande. Ett exempel är lärare som förbjudit barn att ta med sig populärkulturen från hemmet till skolan. Även om empirin i denna artikel inte fokuserar på pedagogernas perspektiv, upplever vi generellt en öppenhet från deras sida att barnen talar om populärkulturella intressen och referensramar. Dock finns det gränser, exempelvis att barnen inte får ha mobiltelefoner på fritidshemmet. Pedagogen Emma uppmanar också barnen att vara försiktiga med hur de använder sociala medier. Sparrman (2002) resonerar om att motståndet mot populärkulturen kan botten i en önskan om att undvika att sociala hierarkier formas utifrån socioekonomiska faktorer. Även om vi inte specifikt har undersökt förekomsten av hierarkier i relation till populärkultur, framgår detta av exempel 2 med Martin. Där synliggörs en tydlig grupptillhörighet och status som kan kopplas till populärkultur, sociala relationer, genus och ekonomi. Det skulle också vara svårt att undvika i vilken verksamhet som helst. Populärkulturen är långt ifrån oproblematisk, då barnen inte alltid själva väljer sina egna kläder och därmed vilken populärkultur de ska förknippas med. De väljer inte heller vilka attribut som skapas utifrån populärkulturen. Samtidigt fortsätter sociala medier att vara en del av barns digitala närvaro, varför risker och fördelar med detta behöver diskuteras i större utsträckning som en del av barns vardagsliv. Då är det även viktigt, utifrån fritidshemmets roll som omsorgsinstitution, att vara uppmärksam på populärkulturens utveckling och hur barnen använder sig av och påverkas av den. Vi ser att populärkulturen är en betydelsefull del i barns skapande av en egen kultur i samspel med andra i samma ålder, för barn uppfattar inte nödvändigtvis samma värden kring sin fritid och kultur som vuxna gör (se t.ex. Øksnes, 2008). Vi vill därför lyfta fram att det också är angeläget att inte bara begränsa barnen i deras intressen, symbolbärande, samtal och mediaanvändande, utan låta detta utgöra samtalspunkter för diskussion i syfte att medvetandegöra både barn och vuxna om populärkulturens influens i barns kulturliv. Vår studie visar bland annat att barns samtal om sociala medier utgör en möjlighet för pedagoger i fritidshem att problematisera barns handlingsutrymme och trygghet på internet.

Sammantaget har populärkultur en central roll i barns vardagsliv på fritidshemmet. Populärkulturen är återkommande i såväl barns fysiska uttryck, genom tryck på kläder och väskor, som deras sociala uttryck, genom samtal och aktiviteter på fritidshemmet. Denna

performativitet bidrar till att skapa dels något gemensamt av de individuella intressen som barnen har i hemmet, dels något nytt utifrån de erfarenheter som barnen får av populärkulturen i fritidshemmets vardag. Detta är något som fritidshemspersonalen hanterar på daglig basis. Men hur möter personalen den mängd av intressen, samtalsämnen och frågor som barnen tar med sig till verksamheten? I kommande studier ämnar vi vidare diskutera svårigheter och möjligheter för fritidshemspersonal att dela eller kunna delta i barnens kulturskapande – en kultur som också hela tiden är stadd i förändring.

Tack

Författarna önskar rikta ett tack till deltagande elever och pedagoger som bidrog genom att släppa in oss i verksamheten och låta oss delta i aktiviteter och samtal. Vi vill även tacka våra anonyma granskare och vår redaktör vilka hjälpt till med artikelns utveckling, samt forskningsseminariegruppen vid forskningsmiljön Pedagogiskt arbete i Norrköping som bidragit med kloka inspel på en tidig version av texten.

Referenser

- Bourdieu, P. (1993). *Kultursociologiska texter*. Brutus Östlings Bokförlag Symposium.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Buckingham, D. (1994). Television and the definition of childhood. I B. Mayall (Red.), *Children's childhoods observed and experienced* (s. 79–96). The Falmer Press.
- Butler, J. (1999). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Brå. (2022). *Skolundersökningen om brott 2021: Om utsatthet för och delaktighet i brott*. <https://bra.se/download/18.33b9c14e18388dc6ba21123c/1671713749540/2022%205%20Skolundersokningen%20om%20brott%202021.pdf>
- Corsaro, W. A. (2005). *The sociology of childhood* (2 uppl.). Pine Forge Press.
- Cunningham, P. A. (2016). Fashion in popular culture. I G. Burns (Red.), *A companion to popular culture* (s. 361–380). Wiley Blackwell.
- Dahl, M. (2014). *Fritidspedagogers handlingsrepertoar. Pedagogiskt arbete med barns olika relationer* [Doktorsavhandling, Linnéuniversitetet]. DiVA. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:lnu:diva-37634>
- Dankić, A. (2019). *Att göra hiphop: en studie av musikpraktiker och sociala positioner*. [Doktorsavhandling, Stockholms universitet]. DiVA. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:su:diva-175592>
- Dunkels, E. (2005). Nätkulturer: Vad gör barn och unga på internet? *Tidskrift för lärarutbildning och forskning*, 12(1/2), 41–49.
- Evaldsson, A.-C. (1993). *Play, disputes and social order. Everyday life in two Swedish after-school centers* [Doktorsavhandling], Linköpings universitet.
- Falkner, C. & Ludvigsson, A. (2016). *Fritidshem och fritidspedagogik – en forskningsöversikt*. Sveriges Kommuner och Landsting och Kommunförbundet Skåne.
- Fangen, K. (2005). *Delta i observation*. Liber ekonomi.
- Fast, C. (2007). *Sju barn lär sig läsa och skriva: Familjeliv och populärkultur i möte med förskola och skola* [Doktorsavhandling, Uppsala universitet]. DiVA. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-7490>

- Fast, C. (2018). Barn läser och ritar bilder och serier. *Skolverket/Läsflyftet*.
- Findahl, O. (2014). *Svenskarna och internet 2014*. Internetstiftelsen. <https://internetstiftelsen.se/docs/SOI2014.pdf>
- Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. I L. A. Lewis (Red.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (s. 30–49). Routledge.
- Gee, J. P. (2001). A sociocultural perspective on early literacy development. I S. B. Neuman & D. K. Dickinson (Red.), *Handbook of early literacy research* (s. 30–42). The Guildford Press.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in practice* (4 uppl.). Routledge.
- Klerfelt, A. (2007). *Barns multimediala berättande: En länk mellan mediakultur och pedagogisk praktik* [Doktorsavhandling, Göteborgs universitet]. GUPEA. <http://hdl.handle.net/2077/17189>
- Lunde, C. & Daneback, K. (2018). Barn, ungdomar och sociala gemenskaper på internet. I T. Johansson & E. Sorbring (Red.), *Barn- och ungdomsvetenskap: Grundläggande perspektiv* (s. 260–272). Liber.
- Martínez, C. & Olsson, T. (2021). Domestication outside of the domestic: Shaping technology and child in an educational moral economy. *Media, Culture and Society*, 43(3), 480–496. <https://doi.org/10.1177/0163443720948011>
- Martinsson, B.-G. (2015). Läspanikens anatomi: Barns och ungdomars läsning och mediebruk i ett historiskt perspektiv. I M. Tengberg & C. Olin-Scheller (Red.), *Svensk forskning om läsning och läsundervisning* (s. 197–208). Gleerups.
- Martinsson, B.-G. (2018). *Litteratur i skola och samhälle*. Studentlitteratur.
- McCloud, S. (1995). *Serier: Den osynliga konsten*. Medusa/Epix.
- Merikivi, J., Myllyniemi, S. & Salasuo, M. (2019). Smartphone kids: Digital media use among Finnish children. I A. Sparrman (Red.), *Making culture: Children's and young people's leisure cultures* (s. 97–105). Kulturanalys Norden.
- Persson, M. (Red.). (2000). *Populärkulturen och skolan*. Studentlitteratur.
- Persson, M. (2002). *Kampen om högt och lågt – studier i den sena nittonhundratalsromanens förhållande till masskulturen och moderniteten*. Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Rhedin, U. (1986). *Skräpbilderboken*. I Bibliotekstjänst (Red.), *Skräplitteratur för barn och tonåringar?* (4 uppl., vol. 1., Barnböcker, s. 47–72). Bibliotekstjänst.
- Seiter, E. (1993). *Sold separately. Parents & children in consumer culture*. Rutgers University Press.
- Skolforskningsinstitutet. (2021). *Meningsfull fritid, utveckling och lärande i fritidshem. Systematisk forskningssammanställning*. <https://www.skolfi.se/wp-content/uploads/2021/12/Fritidshem.pdf>
- Sparrman, A. (2002). *Visuell kultur i barns vardagsliv: Bilder, medier och praktiker* [Doktorsavhandling, Linköpings universitet]. DiVA. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:liu:diva-29767>
- Sparrman, A. (2019a). Children's and young people's leisure culture. I A. Sparrman (Red.), *Making culture: Children's and young people's leisure cultures* (s. 7–17). Kulturanalys Norden.
- Sparrman, A. (Red.). (2019b). *Making culture: Children's and young people's leisure cultures*. Kulturanalys Norden.
- Sparrman, A., Samuelsson, T., Lindgren, A.-L. & Cardell, D. (2016). The ontological practices of child culture. *Childhood*, 23(2), 255–271. <https://doi.org/10.1177/0907568215602475>
- Sparrman, A. & Sandin, B. (2012). Situated child consumption – an introduction. I A. Sparrman, B. Sandin & J. Sjöberg (Red.), *Situating child consumption – rethinking values and notions of children, childhood and consumption* (s. 9–31). Nordic Academic Press.
- Statens mediaråd. (2019). *Föräldrar och medier*. <https://www.statensmedierad.se/rapporter-och-analyser/material-rapporter-och-analyser/foraldrar--medier-2019>
- Sørenssen, I. K. (2014). *Domesticating the Disney tween machine. Norwegian tweens enacting age and everyday life*. [Doktorsavhandling, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet]. NTNU Open. <http://hdl.handle.net/11250/244228>

- Sørenssen, I. K. (2015). The social construction of everyday concepts. Constructing the “tween”. *BARN – Forskning om barn og barndom i Norden*, 2(1), 81–90. <https://doi.org/10.5324/barn.v33i2.3452>
- Wallner, L. (2017). *Framing education: Doing comics literacy in the classroom* [Doktorsavhandling, Linköpings universitet]. DiVA. <https://doi.org/10.3384/diss.diva-142067>
- Wallner, L. (2020). Kid friendly? Construction of comics literacy in the classroom. *Language and Literature: International Journal of Stylistics*, 29(1), 76–94. <https://doi.org/10.1177/0963947020910626>
- Wallner, L. & Aman, R. (2023). Muscular superheroes and girly ducks: Gender talk using comics in the classroom. *British Educational Research Journal*. <https://doi.org/10.1002/berj.3866>
- Ågren, Y. (2015). *Barns medierade värld – syskonsamspel, lek och konsumtion* [Doktorsavhandling, Stockholms universitet]. DiVA. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:su:diva-115397>
- Øksnes, M. (2008). The carnival goes on and on! Children's perceptions of their leisure time and play in SFO. *Leisure Studies*, 27(2), 149–164. <https://doi.org/10.1080/02614360701757140>

Författarpresentationer

Magnus Jansson har en forskarutbildning och licentiatexamen i teknikens didaktik. Magnus arbetar som universitetsadjunkt på programmet Grundlärare i fritidshem på Institutionen för beteendevetenskap och lärande vid Linköpings universitet. Magnus har ett forskningsfokus på frågor som didaktik, digitala verktyg samt lär- och lekmaterial.

Lars Wallner är universitetslektor i pedagogiskt arbete på Institutionen för beteendevetenskap och lärande vid Linköpings universitet. Lars forskning handlar om bruk av fiktion och populärkultur i pedagogisk praktik. Lars senaste bok *Teaching with Comics* (Palgrave Macmillan) är en forskningsantologi skriven tillsammans med Robert Aman, där de samlar forskning från hela världen om användningen av serier för bruk i grundskolepraktik.