

At lege er – at producere?

Lego, Limbo, Rasmus Klump og H. C. Andersens lille land i den store verden

Henning Eichberg

Artikel for: *Samfundets idræt. Forskningsbaserede indspark i debatten om idrættens støttestruktur. En antologi om idrætspolitik*. Red. Klaus Eskelund, Jørn Hansen & Thomas Skovgaard-

Abstract

Lege-relaterede produkter og kultureksport har gennem de senere årtier præget dansk image på verdensplan – med Lego-klodser i den kommercielle ende og skrammellegepladser i den pædagogiske ende. Hvis disse fænomener ses i sammenhæng som en slags legepolitik, fortjener de kulturpolitisk opmærksomhed og kan berøre dansk idrætspolitik så vel som erhvervspolitikken. Her skitseres i første omgang byen Odenses markedsføring som ”H.C. Andersens by” og ”Legens by” og så enkelte danske legeprodukter på verdensmarkedet. Ud fra disse empiriske materialer rejser der sig spørgsmål angående sammenhæng mellem leg og danskhed, altså mellem legepolitik og identitetspolitik. Andre spørgsmål af teoretisk relevans angår forholdet mellem leg og produktion. Er leg – i kontrast til den gængse definition som ”uproduktiv” – en produktivkraft? Dette gør opmærksom på, at ikke kun legens væsen står til debat, men også det, hvad produktion og produktivitet er.