Barn nr. 2 2004:27-43, ISSN 0800-1669
© 2004 Norsk senter for barneforskning

Medierad barndom: Upplösandet och skapandet av gränser i unga människors vardag[1]

Ulrika Sjöberg

Dagens barndom beskrivs inte sällan med ord som digital barndom, nätgenerationen och medierad barndom. Samtliga uttryck markerar mediers (inte minst digitala och interaktiva medier) roll och betydelse för barn och ungdomar i deras vardag. Användningen av olika medier, dess sociala, kulturella, symboliska sfär, integreras i ungas dagliga aktiviteter och utgör inte minst en viktig rituell faktor som ger vardagen en viss grad av kontinuitet och struktur. Uttrycket medierad barndom betonar nödvändigheten att förstå dagens barndom om vi vill få kunskap om mediers betydelse bland unga människor. Förhållandet gäller även tvärtom, d v s att om vi vill förstå barndomen måste mediernas roll inbegripas. Förutom att lyfta fram mediers strukturella roll i ungas vardag, handlar medierad barndom om alltifrån medieindustrins produktionsförhållande (t ex ökad grad av transnationella företag, pågående avreglering, kommersialisering), mediers budskap/text (t ex hur TV-producenter framställer barn, den verklighetsbild som förmedlas), hur barn upplever och tolkar medier, dess betydelse för identitet (personlig, social, kulturell) och gemenskap (se bl a Haldar & Frønes 1998).

Denna artikel vill belysa medierad barndom utifrån elektroniska mediers (TV, dataspel & internet) roll i ungas vardag och de olika betydelser som associeras eller skapas kring dessa medier. I denna diskussion är *gränser* ett återkommande tema; om hur nya gränser skapas, hur gamla gränser stärks, omdefinieras och upplöses genom olika medier i

[1] Artikeln baseras delvis på doktorsavhandlingen *Screen Rites: a study of Swedish young people's use and meaning-making of screen-based media in everyday life* (2002b), Lunds universitet, Sociologiska institutionen, Lund studies in media and communication 5.

barns och ungdomars vardag och i den mediekultur som omger dem. Dessa gränser har olika uttrycksformer och är synliga på en mängd sociala mediala områden i dagens senmoderna samhälle. I artikeln diskuteras gränser i termer av exempelvis förhållandet mellan barn/vuxna, offentlig/privat, tid/rum, on-line/off-line och hur tidigare åtskilda genrer och medier vävs samman.

Medierad barndom, och dess olika aspekter, kan ses från skilda teoretiska perspektiv och olika metoder används för att studera dessa. Vilket perspektiv och vilken metod som väljs handlar inte minst om den syn vi har på den unga medieanvändaren (se bl a Buckingham 1998, Werner 1998). Från att ha varit intresserad av ett specifikt mediums effekter betonar dagens medieforskning alltmer *kontextens betydelse*, och individens skapande av mening och tolkningar utifrån sina personliga och kulturella referensramar (se bl a McQuail 1997, Hagen 2000). Denna artikel förespråkar ett kontextuellt perspektiv i sökandet efter kunskap om unga människors medieanvändning. Detta perspektiv innebär att de olika meningar som skapas kring en medietext är kontextberoende i termer av barnets kunskap, uppfattningar och handlingar som i sin tur är förankrade i tid och rum. Medieanvändning och mötet med dess text sker med andra ord inte i ett vakuum (mellan den enskilde individen och mediet) utan är en förhandlingsprocess mellan medierade och verkliga element från unga människors vardag. I denna process ses de unga medieanvändarna som deltagande och skapande subjekt snarare än passiva objekt (Sjöberg 2002b).

Den unga medieanvändaren

Många barns och ungdomars vardag genomsyras idag av en mängd elektroniska medier, inte minst i deras hem. Att studera unga människors medieanvändning har därför blivit alltmer viktigt vid en tidpunkt då digitala och interaktiva medier är på väg in i hemmen och som därmed vävs samman med det vardagliga livet. Det är ofta de unga som snabbt tar till sig olika typer av medier. Det är även denna grupp som ofta utvecklar ett mer flexibelt och kreativt mediemönster eftersom de har etablerat få rutiner i sitt dagliga liv (Fornäs 1995, Livingstone 1998). Medan arbete ofta utgör vuxnas plattform för identitetsskapande, har forskning visat att medier spelar en central roll för unga människor i denna process, och för skapandet och bibehållandet av sociala relationer och ungdomskultur (se t

ex Ziehe 1994). Barns och ungdomars medieanvändning är även av speciellt intresse eftersom de befinner sig i en period i livet som kännetecknas av ständiga förändringar såväl kognitivt, fysiskt som socialt. Dessa förändringar speglas i sin tur i deras utnyttjande av olika medier. Slutligen, att studera unga människors användning av digitala medier är viktigt då det som upplevs som nytt och gammalt skiljer sig från olika individer, speciellt mellan barn och vuxna. Att tala om internet som något nytt får ofta reaktionen ”Men det har ju funnits i flera år” bland barn idag (Sjöberg 1999a). Från de vuxnas sida talas det inte sällan om en ”mediarevolution”, att våra barn är den första generationen som växer upp med digitala medier. Man kan dock fråga sig om denna upplevelse av ”revolution” snarare gäller vuxnas försök att hänga med verkligheten, att förstå de sociala och kulturella förändringar som äger rum bland unga idag (Stald 2002).

Den omgivande mediekulturen

För att få en bättre förståelse kring elektroniska mediers roll i unga människors vardag och de olika betydelser som dessa medier har kommer detta inledande avsnitt att beröra några av de förändringar och egenskaper som kännetecknar dagens medielandskap.

Den mediekultur som omger barn idag har fått alltmer uppmärksamhet bland medieforskare. Drotner (2002) nämner exempelvis det populära programmet *Big Brother*[2] som ett bra exempel på hur nya TV-format utgör eller består av olika medier/medietexter genom att använda sig av en mängd medier såsom internet, tryckta medier, radioprogram och andra TV-program. Det talas i detta sammanhang om en ökad trend av intertextualitet, om hur samma eller relaterade texter eller narrativa strukturer återfinns i olika medier eller när ett visst medium beskrivs i andra medier (se bl a Bruhn Jensen 2002). *Big Brother* är också ett exempel på hur tittaren idag möts av en hybrid av genrer, i detta fall en dokusåpa där dokumentärformatet vävs samman med narrativa element från såpgenren. En annan trend som är förknippad med intertextualitet är

[2] Detta är en s k dokusåpa som utvecklades av det holländska TV-bolaget Veronica 1999 och vars programidé har sålts till en mängd olika länder. Programmet äger rum i en TV-studio som liknar ett hem där deltagarna övervakas 24 timmar om dygnet. Deltagarna är avskärmade från verkligheten då de inte har tillgång till TV, tidningar, radio etc och de kan följas av tittarna på TV eller via internet.

merchandising. Disneys verksamhet är ett tydligt exempel på denna marknadsföringsstrategi som är riktad till den unga publiken. Efter att biobesökaren har sett den senaste Disneyfilmen kan han eller hon köpa filmen på video/DVD, gå till leksaksaffären för att köpa figurerna, det senaste Cd-rom spelet, T-shirten, besöka hemsidan på nätet etc (Buckingham 2000). Många barn är aktiva konsumenter i dagens konsumtionssamhälle, vars köpkraft har ökat de senaste åren och därmed blivit en attraktiv marknad för inte minst underhållningsindustrin. Förutom att barn köper egna produkter påverkar de också föräldrarnas inköp, skapar ett intresse för nya varor och trender samt påverkar föräldrarnas egen konsumtion (Ekström 1995). Den internationella medieindustrin med företag som Disney i spetsen är även ett tydligt exempel på den pågående ekonomiska, politiska och kulturella globaliseringsprocessen. Vi upplever en globalisering av såväl medieägande, distributionssätt, format som användningsområden (se bl a Castells 1998).

Andra förändringar som skett inom medieområdet är att det inte längre endast är frågan om att diverse genrer eller innehåll kombineras i ett och samma medium (t ex infotainment och edutainment) utan snarare en ny form av mediekonvergens. Denna typ av konvergens är kanske mest tydlig genom internet som utgör en plattform för diverse (tidigare åtskilda) medier, vars unika egenskaper, innehåll och format integreras i ett och samma medium. Ett annat exempel är mobiltelefonen som erbjuder en mängd funktioner förutom att ringa som exempelvis SMS (short message service), FM radio och WAP (wireless application protocol) (Sjöberg 2002a, 2002b).

Ett annat exempel på vad som kännetecknar dagens mediemiljö är den ökade individualiseringen (masspublikens tillbakagång), från ”passiv” åhörare till aktiv och interaktiv deltagare. Digitala medier gör det svårare och svårare att dra gränsen mellan produktion av medieinnehåll och användarens reception av detta innehåll (Fornäs 1998). Interaktivitet[3] är ett nyckelord i detta sammanhang där användaren ges ökad kontroll och flexibilitet att bearbeta och producera format och innehåll. Dessa medier ger användaren möjlighet till att sätta samman sin egen mediemeny, både vad gäller tid och innehåll (McQuail 1997). Förutom interaktivitet har den ökade tillgången till medier inneburit att gränsdragningen mellan det privata och offentliga har suddats ut (något som TV-programmet *Big*

[3] Interaktivitet definieras här som ”(...) a measure of a media’s potential ability to let the user exert an influence on the content and/or form of the mediated communication” (Jensen 1998: 201).

Brother är ett exempel på). På 80-talet diskuterade Meyrowitz (1985:95) hur elektroniska medier ”(…) make public a whole spectrum of information once confined to private interactions. Electronic media reveal information once exchanged only among people under each other’s direct and close observation.” Barn idag har genom olika medier mycket bättre kunskap om och inblick i den värld som omger dem jämfört med tidigare generationer.

Det ökade medieutbudet, den globala medieindustrin, pågående mediekonvergens, den ökade möjligheten till interaktivitet är exempel på några av de egenskaper som utmärker det föränderliga medielandskapet som omger barn och ungdomar idag.

Medier i vardagen

Mediers integrering med vardagslivet (t ex hur medier strukturerar och vävs in i dagliga rutiner och aktiviteter) har fått ökad uppmärksamhet inom forskningen (se bl a Silverstone 1994, Moores 2000). Det talas om hur ett medium naturaliseras in i ett hem och därmed finner sin position såväl rumsligt som tidsmässigt. När ett medium introduceras i hushållet vävs det samman med och påverkas av befintlig medieanvändning, de attityder, kunskaper och regler som finns kring denna. Medan datorn och internet har påbörjat denna process har TV:n fullföljt den. Medier, och användningen av dessa, ses med andra ord som en social och kulturell produkt. Mediers roll i människors dagliga liv har även studerats utifrån dess betydelse för en individs eller grupps identitetsskapande (se t ex Willis 1990, Silverstone 1994).

Ett illustrativt exempel på detta samspel mellan medier och i detta fallet hemmets dynamiska sfär är ett mediums sociala tillgång, det vill säga de regler (t ex vad gäller hur länge barnet får spela dataspel, se på TV etc eller om ett visst medium/innehåll föredras och uppmuntras av föräldrarna) och de konflikter som finns i hemmet kring ett medium. Studier (se bl a Sjöberg 2002b)[4] har bland annat visat att TV:n är det medium som familjemedlemmarna har minst konflikter om (eftersom man ofta har flera TV-apparater eller video) medan datorn är mer svårtillgänglig, speciellt för flickor. Samma studie visade att för de som har en storebror eller lillebror

[4] Studien genomfördes 1997-2000 och innefattar material från enkäter, intervjuer, dagböcker och teckningar. När TV och internet diskuteras gäller detta barn i åldrarna 12/13 och 15/16 medan dataspel berör åldrarna 8/9 och 12/13.

är det ofta han som har datorn i sitt rum och då sitter han alltid där. Om datorn är placerad på en mer neutral plats i hemmet är det återigen brodern som ”ockuperar” den. Denna konfliktladdade situation har bland annat studerats av McNamee (1998) som menar att tillgången till datorer och TV-spel i hemmet kontrolleras av bröderna. Några 12/13-åriga flickor uttrycker detta dilemma enligt följande (Sjöberg 1999b, 2002b):

> – Jaah, mina brorsor har det nere alltså dom bor nere i källaren så dom har det alltid där så dom sitter alltid och spelar med sina kompisar där. Och när han har kompisar så får jag inte vara där nere (…). Jag brukar bli förbannad på han men då slår han på mig så det hjälper inte så mycket.
> – När min brorsa har den som står i hans rum så går jag oftast upp till min pappas dator och spelar där men då ska han arbeta och då börjar jag bråka med min brorsa för jag vill spela där nere.

Förutom fysisk och social tillgång är det värt att nämna en tredje typ av tillgång – den kulturella. Det handlar om hur medieanvändning formas av exempelvis det omgivande samhällets normer, förväntningar och attityder. Citaten nedan visar hur traditionella könsroller blir tydliga, om vad som anses vara kvinnligt respektive manligt, hos en grupp yngre flickor (8/9 år) och en grupp pojkar (12/13 år) när dessa diskuterar varför killar gillar krigsspel (Sjöberg 1999b, 2002b):

> *Varför tycker killar om krigsspel och inte tjejer?*
> – För dom tycker det är tufft och det är coolt att skjuta och så blir dom inte så hysteriska som tjejerna blir. Så tjejerna kanske inte tycker att det är så roligt så tycker dom då killarna bara att tjejer är mesiga bara för att dom inte vill spela det.
> – Till exempel alltså Jonathan, Johannes storebror, har lagt in ett Barbie hos oss så om det skulle varit så om en pojke skulle springa ut och säga att han spelar Barbiespel då skulle liksom han, då skulle han bli lite mobbad om han spelar Barbiespel så det skulle han inte vilja säga.
> *Varför tror du att han skulle bli mobbad för att han spelar Barbiespel?*
> – Inte mobbad precis, ”Han spelar Barbiespel för att han är töntig” (…).
> (Flickor 8/9 år)

> – Dom är töntiga.
> – Tjejer är så ”Åhhh mina naglar”.
> – Dom tycker inte om blod.
> – Och så är vi så BAAM boxa någon och sånt.
> – Alltså vi är mer tekniska, alltså krigiska av oss det är inte tjejerna utan dom gillar mer sånt där, gå dit, klara av det, gör det, hoppa över det, se till att det där klaras av och så, alltså lite mer såna pusselspel.
> *Varför tror ni att det är så?*
> – Joo, för jag vet. För att det är inte så många kvinnor som är med i lumpen och så, alltså i kriget och så. Det är ju krigsspel och sånt så killar tycker nog mer om det, ser fram emot att dom ska komma till lumpen eller nått sånt.
> – Dom tycker inte om blod i heller.
> *Tycker du att det är mycket blod i krigsspelen?*
> – Jaah, då man skjuter och så kommer det blod och sånt.
> (Pojkar 12/13 år)

Diskussionen om olika typer av tillgång, förutom den fysiska, gör oss uppmärksamma på att det finns flera anledningar till att ett visst medium inte används eller att det inte används i lika stor utsträckning som önskas. Detta kan bero på såväl föräldrars regler som ”konkurrensen” från andra familjemedlemmar till att få använda mediet i fråga. Barnens diskussion om dataspel ovan visar också tydligt hur det omgivande samhällets normer och värderingar påverkar användningen av den mängd medier som barn möter idag.

Betydelsen av det egna rummet

Betydelsen av *barnets eller tonåringens sovrum* har fått ökad uppmärksamhet bland medieforskare i diskussionen om mediers roll i det dagliga livet och i hemmet (se ovan). Detta ökade intresse för det privata rummet beror på att unga idag fyller sina rum med olika medier:

> En av paradoxerna med rummet idag är att det både kan erbjuda ett avskärmat privatliv och ett offentligt liv, ja samtidigt. Genom inter-aktiva medier kan man agera ut i det offentliga rummet samtidigt som man kan välja att vara privat och anonym. Rummet kan vara en plats där man såväl kan dra sig tillbaka och aktivt

> förbereda sig för det offentliga livet, som en offentlig sfär som man delar med de närmaste vännerna (Aagre m fl. 2002:11-12).

Konsekvenserna av denna alltmer medierade sovrumskultur och dess skapande av en arena för identitet och social gemenskap, där det privata och offentliga möts, återstår att studera närmare, inte minst vad gäller datorns och internets roll i denna process. Bovill och Livingstone (2001) nämner att vi bland annat kommer att se förändringar vad gäller föräldrars regler, barnens mediemönster och val av fritidsaktiviteter. Det faktum att barn och ungdomar får ökad tillgång till olika medier i sina sovrum är en del av en större samhällelig process, nämligen privatisering. En förändring har ägt rum gällande var någonstans barn tillbringar sin fritid i det västerländska samhället; det har skett en förflyttning från offentliga platser (gator, lekplatser) till familjen och mer privata platser som sovrummet. Anledningen till denna privatisering är flera och som exempel nämns ofta föräldrars ökade upplevelse av en hotfull miljö för deras barn som gör att de gärna investerar i ”säkra” medier (se bl a Livingstone 1998).

Låt oss ta en närmare titt på hur ett sovrum kan se ut hos två svenska barn, 12-åriga Anna och 12-åriga Gustav (Sjöberg 2002b):

> *Anna, skulle du vilja beskriva ditt rum, vad du har för saker?*
> – Jaah, Cd-spelare, alltså sånt?
> *Jaah, allting, du ska bara beskriva det. Vad har du Cd-spelaren någonstans?*
> – På skrivbordet till en loftsäng, och så har jag jaah en loftsäng då, sover där uppe, så har jag jaah en sån soffhörna med TV och fåtöljer och soffa och sånt. Och så har jag jaah en liten, vad ska man säga, sminkhörna (…).
> *Om man tittar på väggarna, du har väldigt mycket affischer.*
> – Jaah, jag har planscher på hästar och djur allmänt och så lite jaah popband och sånt (…).
> *Du har väldigt många nallar också?*
> – Jaah, jag samlar på gosdjur och sånt.
> *Brukar du vara mycket på ditt rum?*
> – Jaah, alltså med kompisar och sånt så är vi väl här för det mesta så där och sen så ibland när jag gör läxor och sånt, det är skönast att sitta på rummet då, än att sitta där nere på matbordet, det är bättre här uppe tycker jag.

> *Gustav, nu skulle jag vilja att du beskriver ditt rum, hur det ser ut, vilka saker du har.*
> – Jag har blått i mitt rum alltså blåa väggar, jag har Cd-spelare, en TV, en uppblåsbar fåtölj, ett skrivbord, garderober, två stycken. Jag har en spegel, och sen en lavalampa, en telefon som står där på golvet (…).
> – Jaah, en säck, en sån som man sitter på eller i. Vita gardiner, vit lampa, och nån växt i fönstret…och ett sånt litet Cd-ställ…sen så har jag en sån pläd eller vad det heter och några kuddar och gosdjur.
> *Är det din mobiltelefon (ligger på skrivbordet)?*
> – Jaah (…).
> *Är du mycket på ditt eget rum?*
> – Jaah, jaah alltså oftast blir det så här att alla tre TV-apparaterna går i gång, alltså på olika program så att man kollar på TV och sover här. När jag har kompisar och sånt men så på fredagskvällar som nu så sitter jag inne hos dom och kollar.
> *Då tittar ni på samma program?*
> – Jaah, oftast.
> *Vad hittar du på om din kompisar kommer hit, i ditt rum?*
> – Jaah, kollar på TV, lyssnar på musik.

Gustavs beskrivning av sitt rum och med vem han tittar på TV med visar att även om barn får ökad tillgång till egna medier i sovrummet innebär detta inte automatiskt att deras användning blir uteslutande individuell. I citatet ovan uppskattas det sociala värdet av att titta tillsammans med de andra i familjen. Forskningen talar om *funktionell differentiering* (Adoni 1985, Sjöberg 2002b), vilket innebär att den mängd medier (kan även vara ett enskilt medium) som de unga användarna möter fyller olika funktioner beroende på innehåll, den sociala kontexten inom vilket ett medium används samt individens psykologiska kontext (t ex humör). Att välja mellan att titta på TV i sitt eget rum eller tillsammans med familjen är med andra ord mycket av en ”det beror på” situation (t ex om man har kompisar på besök, typ av program, om man vill vara ostörd). Denna ”det beror på” situation betonar betydelsen av ett kontextuellt perspektiv om vi vill förstå barns och ungdomars användning och kombination av diverse medier (Sjöberg 2002b).

När vi diskuterar barns och ungdomars sovrumskultur är det viktigt att inte se denna som ett homogent fenomen. Det är en uppgift för framtida studier att belysa skillnader beroende på exempelvis ålder, kön, familjebakgrund och etnicitet. Enligt en europeisk studie finns de

medierika sovrummen åtminstone i Europa hos äldre pojkar från en högre socio-ekonomisk bakgrund (Bovill & Livingstone 2001). Det är även viktigt att komma ihåg att den roll som den ökade tillgången och användningen av medier kommer att ha beror på hur dessa anpassas i redan existerade sociala mönster och betydelser. Barns sovrum har länge varit en plats för privat aktivitet, en personlig sfär som utnyttjas för att uttrycka sin identitet genom exempelvis affischer (Livingstone 1998).

Medierade erfarenheter – den digitala ”lekarenan”

Ziehe (1989) betonar att barn idag möter en annan typ av socialisation jämfört med äldre generationer och att nuvarande samhälle kännetecknas av en erosionskris där gamla traditioner som exempelvis familj och arbete gradvis försvagas. Detta ger i sin tur individen en ökad frihet (talar om kulturell frigörelse) att själv välja hur han eller hon vill leva sitt liv men även att en ökad känsla av osäkerhet och stress blir skönjbar. I dagens konsumtionssamhälle utgör medier en viktig källa för information, underhållning och kommunikation. Genom medier och underhållningsindustrin erbjuds barn en mängd upplevelser, modeller, alternativ och symboler. Dessa *medierade erfarenheter* leder till ökad reflektion om oss själva och vår identitet. Giddens (1991) talar i detta sammanhang om jaget som en reflexiv process där individen oavbrutet skapar och omskapar sig själv med hjälp av den mängd alternativ, strategier och symboliska verktyg som omger honom eller henne (inte minst genom medierna). Castells (1998:377) talar om uppkomsten av den verkliga virtualitetens kultur:

> Det är ett system där själva verkligheten (det vill säga människors materiella/symboliska existens) är helt fångad, helt nedsänkt i ett virtuellt bildsammanhang, i en låtsasvärld där företeelserna inte bara finns på den skärm genom vilken erfarenheten kommuniceras, utan där de blir själva erfarenheten.

Tidigare forskning har (se bl a Klitgaard Povlsen 1999) visat hur serier och såpor blivit en källa till att få ökad inblick i de ungas strävan efter förståelse i frågor som rör dem som exempelvis förhållanden, familjeproblem och hur de ska hantera olika situationer i sin vardag. Denna användning och den betydelse som de unga tittarna ger olika såpor är ett

bra exempel på hur medierade upplevelser vävs samman med egna erfarenheter.

Att vara ung innebär att frågor såsom ”Vem är jag?”och ”Vad vill jag?” blir viktiga och i sökandet efter svar har olika chattkanaler[5] blivit ett användbart verktyg för att experimentera och testa olika roller; att leka med hur det är att vara vuxen, att förverkliga sina drömmar. Internet, och kanske främst chatten, har kommit att utgöra ytterligare en lekarena, fast nu virtuellt och digitalt (Sjöberg 2002b):

> *När du chattar, vem chattar du då med?*
> – Mest personer som jag inte känner. Jag ljuger att jag typ är sexton år och sånt för det är inget roligt om man säger att man är tretton så är det ingen som vill jaah så ljuger jag om att jag bor i Stockholm och läser.
> *Så bilden av dig själv skiljer sig på nätet och vem du är?*
> – Jaah, jag ljuger alltid.
> *Kan du berätta lite mer om hur du beskriver dig, du säger att du är sexton, och att du bor i Stockolm…*
> – Jaah, eller typ att jag pluggar till veterinär eller liksom jag ljuger om allting eller att jag liksom är om jag till exempel, jag tycker om Frankrike, min moster bor i Frankrike, så kanske säger jag att jag har bott i Paris i tre år och liksom alltså jag tar mina drömmar så, sen så låtsas jag att jag är det, som jag skulle vilja vara.
> *Men om du tänker innan, när du inte kunde chatta, fick du då utlopp för det någon annanstans, att ljuga och hitta på?*
> – Nä, för då liksom man kan alltid bli avslöjad då men på internet kan man liksom inte riktigt bli avslöjad (12-årig flicka).

Många chattkanaler används med andra ord som en form av digital lekarena där möjligheten till att vara anonym och därmed till att ljuga sätter reglerna för ett rollspel (Sjöberg 2002b; se även Tingstad 2003). Denna anonymitet sätter inte endast reglerna för hur man ska uppföra sig/presentera sig utan leder också till att dessa anonyma samtalspartners inte ses som vanliga vänner utan snarare som underhållning. Denna typ av chatt verkar vara en i hög grad självisk aktivitet där endast ett annat ”alternativ” väljs om någon upplevs som tråkig. Syftet är att ha det roligt

[5] I denna artikel diskuteras webb-chatt som inte kräver någon speciell programvara (jämfört med Internet Relay Chat) utan endast en vanlig webbläsare som exempelvis Internet Explorer (se vidare Sveningsson 2002).

utan förpliktelser och utan att bilda ett långvarigt vänskapsförhållande. Denna ökade trend i underhållningsbranschen att verkligheten ska stå för underhållningen kan även ses i utvecklingen av dokusåpor där programmen ska fungera som ett titthåll in i människors privatsfär. Förutom denna så kallade varufieringsprocess (d v s att människor ses som underhållningsprodukter) i dagens konsumtionssamhälle (och inte minst i många chattrum) gör möjligheten till att vara anonym på chatten att synen på att ljuga förändras (Sjöberg 2002b). Medan vi i tidig ålder får lära oss att vara ärliga och ta ansvar för våra handlingar vänds dessa uppföranderegler upp och ner när barn chattar. Detta moraliska dilemma reflekteras inte av de unga eftersom ljugandet hör till spelets regler och är något som alla gör (Sjöberg 2002b).

Det faktum att ingen förväntar sig att man talar sanning gör även att de unga chattanvändarna blir medvetna om riskerna och därmed förhåller sig kritiska till chattsidorna. En 12-årig pojke berättar (Sjöberg 2002b):

> *(...) när du väl chattar, har det någon gång blivit att ni har bestämt träff med några, att man sagt "Jaah, nu ska vi träffas"?*
> – Klart. Bor dom i Malmö så säger man att man möts, då har man liksom typ sagt Katolska kyrkan här ute (bredvid lägenheten).
> *Tar du så nära där du bor?*
> – Jaah, det finns ibland. Det är ganska roligt för då ser man dom, vissa går dit liksom så kan man sitta och kolla på dom och sånt.
> *Så du går aldrig ner?*
> – Nä, för sören, pedofiler och sånt.
> *Men om det är någon i din egen ålder?*
> – Nä, men dom kan ju ljuga. Dom kan komma, dom kan vara pedofiler, aldrig i livet.
> *Tror du att du hellre skulle kunna tänka dig att göra det om du hade webbkamera (som han funderar att köpa) att du då har sett den här personen?*
> – Nä, men i så fall skulle jag, då hade jag bara velat träffa folk i min egen ålder. Även om dom kunnat vara knivgalningar eller nått sånt, hellre det än att få nån stor pervers gubbe efter mig, det vill jag inte.
> *Men du ser ju också här, om du står och kikar, om det är någon i din ålder, men du vill ändå inte…*
> – Nä, jag vill inte riskera för mycket.

Flera viktiga och intressanta frågor väcks med tanke på den funktion som många chattrum verkar fylla hos dess unga användare. Kommer synen på relationer att förändras i framtiden? Kommer vi att lita på andra? Kommer denna moralsyn, dessa olika påhittade sätt att presentera sig själv, uppförandekoder att överföras till andra sammanhang i samhället och inte minst till andra medier såsom e-post och SMS?

I Sverige har *Lunarstorm*[6] blivit en mycket populär webbsida bland ungdomar. Den har 1,4 miljoner aktiva medlemmar (främst i åldrarna 15-20). Förutom att chatta kan medlemmarna göra sina egna hemsidor (ett s k ”krypin” med presentation, bilder, dagbok, gästbok, e-post). Här finns även en mängd olika diskussionsforum där medlemmarna diskuterar allt från sex till religion. Lunarstorm har med andra ord blivit ett viktigt kommunikationsforum för ungdomar i deras vardagsliv. Denna typen av virtuella gemenskaper väcker givetvis nya frågor om hur olika gemenskaper på nätet förhåller sig till ungas dagliga liv. Det är en uppgift för framtida forskning att utröna samspelet mellan livet on-line och off-line (gäller såväl beteende, normer, erfarenheter som känslor). Det återstår att studera i vilken utsträckning dessa gemenskaper på nätet utgör en ”frizon” för unga människor (fri från insyn eller inflytande från föräldrar, lärare etc) i deras formande av en egen livsvärld. Håller en ny medierad gräns på att skapas mellan unga och vuxna? Internet har i detta sammanhang kommit att bli en alternativ offentlighet (jmf Dahlgren 1991) där de unga har hittat en arena för att knyta sociala band och uttrycka sin identitet. Kanske kan dessa virtuella rum, som till stor del formas av användarna själva (dock är det viktigt att skilja på kommersiella gemenskaper och de som skapats av barn och ungdomar själva) uppmuntra till en känsla av delaktighet och få en ökad betydelse i skapandet av dagens ungdomskulturer.

I en föränderlig mediemiljö

Omgiven av en mediemiljö som ständigt är i förändring ger givetvis upphov till nya forskningsfrågor. Detta gäller inte minst forskares strävan att förstå mediers betydelse för unga människor i en alltmer digital mediekultur och därmed belysa den medierade barndomens komplexitet. Även om begrepp som barn, unga, ungdomar, tonåringar använts i ovanstående text är det viktigt att inte se dessa som homogena grupper. Det

[6] www.lunarstorm.se

är en viktig uppgift och utmaning för framtida medieforskning att utröna skillnader inom dessa grupper beroende på smak, stil, kön, ålder, etnicitet, socio-ekonomisk bakgrund etc.

Framtida forskning måste även beakta den mängd medier, dess former och innehåll, som finns i dagens medielandskap och dess betydelse bland användarna. Detta gäller inte minst de olika chattrum och så kallade gemenskaper som finns på nätet och som skiljer sig vad gäller exempelvis typ av användare, syfte, normer, engagemang, typ av interaktion (t ex offentliga och privata rum) (se bl a Lövheim 2002).

Nya utmaningar har alltså skapats i våra försök att förstå medieanvändare på grund av pågående förändringar på mediearenan. Detta gäller inte minst användandet av mobila medier bland unga människor. Det konstanta medieflödet kommer att utveckla nya användarmönster där medier i allt mindre utsträckning är bundna av tiden eller en specifik kontext. Medieanvändning ska snarare ses som ett kontinuerligt kommunikations- och informationsflöde där tidigare gränser vad gäller tid och rum luckras upp. Att våra sociala mönster modifieras kan inte minst ses genom mobiltelefonen som har omstrukturerat barns sociala nätverk. Kontakter planeras för dagen genom att ringa eller skicka ett SMS. Frågan ”Hur är det?” har ersatts med ”Var är du?” Genom mobiltelefonen/SMS hålls en ständig kontakt med ens vänner och information kan snabbt ges om vad som sker var och när (Frønes 1998).

Förutom utvecklandet av nya kommunikationsmönster har bl a Oksmans (2003) forskning visat att mobiltelefonen har blivit en del av tonåringens person och kan jämföras med en kroppsdel. Detta kommunikationsmedel (inte minst genom dess textmeddelanden) är väl integrerat med den unga personens sociala identitet; ett sätt att visa grupptillhörighet.

Ovanstående frågor och inte minst hur digitala medier kommer att förhålla sig till traditionella medier och dess betydelse i unga människors vardag bör belysas i framtida forskning. Denna artikel har försökt angripa dessa frågor utifrån ett kontextuellt perspektiv där fokus bland annat har varit på hur den sociala och mediala situationen i hemmiljön påverkar medieanvändningen. Nya frågor har också väckts allteftersom ungas sovrum fylls med olika medier och dess betydelse för denna privata sfär vad gäller identitet och gemenskap. Internet, speciellt dess chattkanaler, har blivit en digital lekarena i barns vardag och som utnyttjas som ett medel för att experimentera och testa olika roller. I sökandet efter ökad förståelse kring dessa frågor blir gränser ett tema som ständigt

återkommer; om hur olika gamla gränser upplöses, omdefinieras och hur nya gränser skapas genom olika medier. Dessa gränser är såväl sociala som mediala och kan gälla exempelvis förhållandet mellan barn och vuxna, offentliga och privata sfärer, om hur uppfattningen av tid/rum och on-line/off-line har förändrats genom inte minst digitala medier.

Litteratur

Aagre, W., de Haas, A., Häggström, C., Lieberg, M. & Mörch, S. 2002. *Nordiska tonårsrum. Vardagsliv och samhälle i det moderna*. Lund: Studentlitteratur.

Adoni, H. 1985. Media interchangeability and co-existence: trends and changes in production, distribution and consumption patterns of the print media in the television era. *Libri 35* (3):202-217.

Bovill, M., & Livingstone, S. 2001. Bedroom culture and the privatization of media use. I: Livingstone S. & M. Bovill, red. *Children and their Changing Media Environment: A European Comparative Study:*179-200. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.

Bruhn Jensen, K. 2002. Contexts, cultures and computers. The cultural contexts of mediated communication. I: Bruhn Jensen, K., red. *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*:171-190. London: Routledge.

Buckingham, D. 1998. Re-constructing the child audience. I: Haldar M. & I. Frønes, red. *Digital barndom:*34-50. Oslo: AdNotam Gyldendal.

Buckingham, D. 2000. *After the Death of Childhood. Growing up in the Age of Electronic Media*. Cambridge: Polity Press.

Castells, M. 1998. *Nätverkssamhällets framväxt*. Göteborg: Daidalos AB.

Dahlgren, P. 1991. Introduction. I: Dahlgren P. & S. Colin, red. *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the new Media Age*. London: Routledge.

Drotner, K. 2002. New media, new options, new communities? Towards a convergent media and ICT research. I: Carlsson U., red. *15th Nordic Conference on Media and Communication Research, Reykjavik, 11-13 August 2001*. Nordicom Review, 23 (1/2):11-22.

Ekström, K.M. 1995. *Children's Influence in Family Decision Making. A Study of Yielding, Consumer Learning and Consumer Socialization*. Göteborg: BAS.

Fornäs, J. 1995. *Cultural Theory & Late Modernity*. London: Sage Publications Ltd.

Fornäs, J. 1998. Digital borderlands. Identity and interactivity in culture, media and communications. *Nordicom Nordic Research on Media & Communication Review, 19* (1):27-38.

Frønes, I. 1998. Mot en digital barndom. En skisse av fremtidens barndom. I: Haldar M. & I. Frønes, red. *Digital barndom*:12-22. Oslo: AdNotam Gyldendal.

Giddens, A. 1991. *Modernity and Self-identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.

Hagen, I. 2000. *Medias publikum. Frå mottakar til brukar?* Oslo: Ad Notam Gyldendal.

Haldar, M. & Frønes, I. 1998. Inledning. I: Haldar M. & I. Frønes, red. *Digital barndom*:7-11. Oslo: AdNotam Gyldendal.

Jensen, J.F. 1998. Interactivity. Tracking a new concept in media and communication studies. *Nordicom Nordic Research on Media & Communication Review, 19* (1):185-204.

Klitgaard Povlsen, K. 1999. *Beverly Hills 90210 – Soaps, ironi og danske unge*. Århus: Klim.

Livingstone, S. 1998. Mediated childhoods. A comparative approach to young people's changing media environment in Europe. *European Journal of Communication, 13* (4):435-456.

Lövheim, M. 2002. Nätet – en plats för nya former av gemenskaper? I: Dahlgren, P., red. *Internet, medier och kommunikation:*145-171. Lund: Studentlitteratur.

McNamee, S. 1998. Youth, gender and video games: power and control in the home. I: Skelton, T. & G. Valentine, red. *Cool Places – Geographies of Youth Cultures:*195-206. London: Routledge.

McQuail, D. 1997. *Audience Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.

Meyrowitz, J. 1985. *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford: Oxford University Press.

Moores, S. 2000. *Media and Everday Life in Modern Society*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Oksman, V. 2003. *"Internet och mobilen är helt livsviktiga!". Nät- och mobilkulturer bland ungdomar i Finland*. http://www.natkulturer.se/studiematerial/VirpiOksman.pdf (hämtad 2004-01-27).

Silverstone, R. 1994. *Television and Everyday Life*. London: Routledge & Kegan Paul.

Sjöberg, U. 1999a. Att leva i cyberspace. En studie om hur yngre svenska tonåringar använder och upplever Internet. I: Lykke Christensen, C., red. *Børn, unge og medier. Nordiske forskningsperspektiver*:13-33. Göteborg: Nordicom.

Sjöberg, U. 1999b. *I dataspelens värld. En studie om hur barn använder och upplever dataspel*. Research paper in Media and Communication Studies, Report no. 3. Lund: Lund University.

Sjöberg, U. 2002a. Nya medier – och de gamla: konvergens. I: Dahlgren P., red. *Internet, medier och kommunikation:*39-61. Lund: Studentlitteratur.

Sjöberg, U. 2002b. *Screen Rites. A Study of Swedish Young People´s Use and Meaning-making of Screen-based Media in Everyday Life* (Ph.D. thesis). Lund Studies in Media and Communication 5. Lund University.

Stald, G. 2002. "More research needs to be done". Problems and perspectives in research on children's use of interactive media. I: Carlsson U., red. *15th Nordic conference on media and communication research, Reykjavik, 11-13 August 2001*. Nordicom Review, 23 *(1/2)*:47-56.

Sveningsson, M. 2002. Samtal och samtalsstilar på Internet. I: Dahlgren P., red. *Internet, medier och kommunikation:*89-120. Lund: Studentlitteratur.

Tingstad, V. 2003. *Children's Chat on the Net. A Study of Social Encounters in two Norwegian Chat Rooms* (Ph.D. thesis). NTNU Trondheim: Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet.

Werner, A. 1998. Medier og fortolkning. Fra tanken om overføring til livsstilsforskning of flerfaglig samarbeid. I: Haldar M. & I. Frønes, red. *Digital barndom*:7-11. Oslo: Ad Notam Gyldendal.

Willis, P. 1990. *Common Culture. Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young*. Buckingham: Open University Press.

Ziehe, T. 1989. *Kulturanalyser. Ungdom, utbildning, modernitet*. Stockholm: Symposium förlag.

Ziehe, T. 1994. From living standard to life style. *Young: Nordic Journal of Youth Research 2* (2):2-16.

Ulrika Sjöberg
Sektionen för Hälsa och Samhälle
Högskolan i Halmstad
SE-823 30118 Halmstad, Sverige
e-post: ulrika.sjoberg@hos.hh.se