

Att leva i Cyberspace

En studie om hur yngre svenska tonåringar använder och upplever Internet

ULRIKA SJÖBERG

Det virtuella samhället, cyberspace, cyborg, cyberpunk, cybertid är exempel på ord som blommat upp under de senaste åren i ett försök att beteckna den elektroniska världen, och därmed fänga innebörden av hur det är att leva i västvärlden, i slutet av 1900-talet. Jones (1997) definierar cyberspace enligt följande: "*CMC (computer-mediated communication)...not only structures social relations, it is the space within which the relations occur and the tool that individuals use to enter that space. It is more than the context within which social relations occur...it is commented on and imaginatively constructed by symbolic processes initiated and maintained by individuals and groups*" (Jones, 1997, s. 16).

Den föränderliga mediemiljön som idag omger oss beskrivs oftast med siffror i form av tillgång, användningsområde och antal minuter som ett visst medium utnyttjas. 1997 hade cirka 30% av svenska barn och ungdomar i åldern 7-16 tillgång till Internet hemma (Johnsson-Smaragdi, 1998). Samma studie visade också att 60% (av samtliga undersökta) använde sig av mediet någon gång. Siffrorna visar klart att Internet har börjat sitt intåg i de svenska hemmen, och det med raska steg. Denna artikel vill sätta statistiska data i ett bredare sammanhang, utifrån ungdomarnas egna beskrivningar och upplevelser av Internet. Vid en tidpunkt då nya interaktiva digitala medier är på väg in i svenska hem är det väsentligt att erhålla kunskap om hur barn förstår och tolkar deras medierelaterade aktiviteter. Det talas om hur massmedia naturaliseras in i våra hem, en process som fullbordas när ett medium vunnit mottagarens tid och rum (Reimer, 1993).

Metod och urval

Denna artikel är ett resultat av ett pågående europeiskt komparativt forskningsprojekt "Children, Young People and the Changing Media Environment", som leds av Dr. Sonia Livingstone och Dr. George Gaskell på Department of Social Psychology vid London School of Economics and Political Science.

Projektet betonar de skärmbaserade elektroniska medierna, hur dessa tolkas och integreras i det vardagliga livet, och hur medierna i sin tur påverkar den

enskilde individen, familjen och samhället. Förutom Storbritannien och Sverige deltar Danmark, Finland, Holland, Tyskland, Belgien (Flandern), Schweiz, Frankrike, Italien, Spanien och Israel (Livingstone & Gaskell, 1995a, 1995b).

Det internationella projektet består i huvuddrag av fyra successiva faser: pilotstudie, enkät, intervjuer och fokuserade gruppdiskussioner, och den slutliga komparativa analysen. Den svenska datainsamlingen (kvantitativa fasen) ägde rum i april-juni 1997, och omfattade 1 600 elever, i åldern 7-16, från Malmö, Göteborg, Lödöse, Karlstad, Hällefors, Stockholm och Vagnhärad. Urvalet är inte strikt representativt i den meningen att det kan sägas spegla Sverige i sin helhet utan ska snarare ses som en studie av flera enskilda städer/orter. Dessa har valts ut för att de erbjuder en bred empirisk bas, såväl i socioekonomiskt hänseende, som genom att de speglar både storstad/landsbygd. Genom Statistiska centralbyråns kommunfakta erhöles information om varje kommuns/stadsdels struktur gällande befolkning, antal utländska medborgare, arbetslösa, medelinkomst, andel socialbidragstagare och antal invånare med eftergymnasial utbildning. Samtliga länder i projektet har täckt in de fyra åldersgrupperna 6/7, 9/10, 12/13 och 15/16.

I oktober/november 1997 påbörjades den kvalitativa fasen. Sammanlagt gjordes 28 intervjuer, både i grupp och enskilt, på Gärdesskolan, Dammfri-skolan och Rosengårdsskolan i Malmö. Ytterligare intervjuer (14 st) gjordes i april 1998 på Fornbyskolan och Hedebysskolan i Vagnhärad. Intervjugruppen bestod av fem personer (för åk 1, fyra personer) och samtalen varade mellan 40 och 60 minuter. Tjejer och killar intervjuades separat. Efter gruppintervjun valdes en elev ut för att intervjuas enskilt om hans eller hennes vardagsstruktur, och mediernas roll i denna.

Denna artikel baseras på de intervjuer som gjordes med elever i åldern 12-13, sammanlagt 20 personer. Anledningarna är flera till att just denna åldersgrupp belyses. Medan de yngre barnen inte har tillräcklig kunskap och förmåga att utnyttja olika typer av media, har 12-13-åringarna (på grund av kognitiv utveckling etc.) inte liknande svårigheter. Det var hos de äldre tonåringarna (15/16 år) som de s k "datafreaksen" fanns (oftast killar), och några tjejer i denna åldersgrupp undrade också varför vi inte använder skrivmaskinen längre. Något som kan visa på en viss främmande inställning till mediet. Denna könsskillnad återspeglas inte i den utvalda åldersgruppen, en indikering på att Internet börjar bli ett familjärt medium som, mer eller mindre omedvetet, invävs i våra vardagliga rutiner. Ett annat skäl till att 12-13-åringar föreföll intressanta är att de befinner sig i en period i sina liv som kan ses som en övergång från barndom till ungdom, där identitet och livsstil blir nyckelbegrepp. Ett ökat intresse för det motsatta könet är också märkbart under denna period. Eftersom barnet får mer och mer i veckopeng ökar hans eller hennes materiella resurser, och dess roll som oberoende konsument. I en undersökning, gjord av dåvarande Sparbanken, visade det sig att den genomsnittliga veckopengen är runt 20 kronor upp till nio år för att sedan, i 12-13 års åldern, öka till cirka 40 kr (Institutet för privatekonomi, 1997). Föräldrarna börjar även ge sitt barn

mer frihet, dels att fatta egna beslut men också att röra sig mer obehindrat mellan olika platser. Detta bekräftades i vår enkätundersökning, där barnen med ökad ålder får mer frihet att gå vart de vill, 64% (9/10 år) respektive 73% (15/16 år).

Internet som medium

Vart man än går kan man höra eller läsa om Internet, världens största nätverk av datorer. Ett datanätverk är en uppsättning länkade datorer som kommunicerar, skickar meddelanden och information sinsemellan. Redan 1994 var mer än 18 000 av dessa nätverk anslutna till Internet, en siffra som givetvis ökar för varje dag. Dessa nätverk involverar miljontals datorer, dataterminaler och användare (Kent, 1994). Över 25 miljoner människor uppskattades 1996 kommunicera via Internet (Morris & Ogan, 1996).

Den som loggar in sig på Internet kan förutom att erhålla fakta från olika statliga arkiv, databaser, bibliotekskataloger etc., få information om nästan vilket ämne som helst. Här finns även datafiler innehållande fotografier, ljudklipp och rörliga bilder. Genom att utnyttja elektronisk post kan användaren kommunicera med i stort sett vem som helst som är ansluten till nätet (Kent, 1994).

Morris och Ogan (1996) ger en bra insikt i hur Internet både skiljer sig och liknar de traditionella medierna. Med dess mångfasetterande innehåll och funktioner omfattar Internet en mängd olika kommunikationsformer såsom "World Wide Web pages", "Usenet Groups" och "E-mail". Innehållet på Internet varierar längst ett kontinuum, alltifrån traditionella journalistiska nyhetsartiklar, regelbundet utgivna av en nyhetsredaktion, till sporadiska samtal via en av Internets många chatgrupper. Mottagarna av dessa meddelanden kan likaväl vara en enda person som det kan vara miljontals (Morris & Ogan, 1996).

Internet – dess logik

Altheide (1985) och Altheide & Snow (1979, 1991) förser oss med ett användbart verktyg genom att uppmärksamma logiken hos ett specifikt medium. Denna medialogik påverkar hur ett visst innehåll struktureras och bearbetas. Hur mycket utrymme lämnas till publikens egna upplevelser och konsumtion? Vilken kulturell kompetens krävs för att tillgodogöra sig ett visst medieinnehåll? (Dahlgren, 1996). Dahlgren (1996, s. 5) definierar medialogik som "...refers to the particular institutionally structured features of a medium, the ensemble of technical and organisational attributes which impact on what gets represented in the medium and how it gets done". Medialogik består av den process genom vilken medier presenterar och överför information, och inkluderar såväl själva mediet i sig som dess format. Med det senare avses hur ett medieinnehåll är organi-

serat, dess framställning, dess fokus eller betoning på vissa egenskaper etc. Detta format utgör en referensram inom vilken innehållet presenteras och tolkas. I den vardagliga mediekonsumtionen sker denna process ofta omedvetet. Till exempel klassificerar TV-publiken automatiskt vad som räknas till underhållning, dokumentär eller nyhet, och vad man därmed förväntar sig av ett visst program (Altheide & Snow, 1979).

Begreppet medialogik hjälper oss att studera Internet i förhållande till andra medier. Dahlgren (1996) nämner fem inbördes relaterade aspekter: multimedia, hypertext, interaktivitet, arkivalisk och virtuell, vilka kan sägas utgöra kärnan av cyberspace, och dess logik. Multimedia och den ökade digitaliseringen innebär att text, ljud, bilder översätts i en gemensam digital form. Även om det huvudsakliga innehållet på Internet baseras på text eller stillbilder blir det alltmer vanligt med ljudklipp och rörliga bilder. Med hypertext menas att Internet (t ex World Wide Web, diverse sökverktyg), skiljer sig från den traditionella linjära texten genom att den förra består av associerande länkar. Genom att klicka på ett nyckelord i texten länkas användaren vidare till andra relevanta texter. Läsaren kan därmed göra sina egna kombinationer av texter, ofta från olika källor. Den tredje aspekten är att Internet tillåter interaktivitet mellan innehåll och användare. Interaktivitet förutsätter tvåvägskommunikation där förhållandet mellan användare och medieinnehåll karakteriseras av ömsesidighet och utbyte av roller. Det är användaren själv som kontrollerar tidpunkten för kommunikationsprocessen och dess innehåll (Livingstone & Gaskell, 1995a). Genom dess höga grad av interaktivitet inbjuder Internet användaren till en mer aktiv involvering med innehållet. Användaren kan lägga till önskvärd information till nuvarande innehåll, lagra material för senare bruk, välja tidpunkt etc. (Williams et al., 1988).

Internet har även en arkivalisk funktion genom att användaren får tillgång till olika databaser som bland annat kan utnyttjas för att söka, jämföra och strukturera information. Det finns även databaser (t ex FT Profile) som utgör ett slags centrallager för diverse filer och mjukvaror/program. Med virtuell verklighet är det fysiska avståndet ett minne blott. Med hjälp av multimedia och hypertext kan de rums- och tidsmässigt virtuellt formgivna elementen efterlikna dess motsvarighet i verkliga livet. Även om Internet delar möjligheten med att minska avstånd och tid med andra medier (telefon, radio, TV) kan människor via nätet delta i diskussioner och samtal samtidigt, och vara socialt interaktiva oberoende av var användaren befinner sig för tillfället och när kommunikationen äger rum (Dahlgren, 1996).

Williams et al., (1988) nämner förutom interaktivitet även "de-massification" och "asynchronicity" som kännetecknande för Internet. Den förra innebär att Internet erbjuder varje enskild användare olika typer av information. Exempel på denna individualisering är Internets menysystem från vilken användaren kan välja den slags information eller nyhetsgrupp som han eller hon är intresserad av, eller möjligheten att skapa sitt eget personliga paket via en on-line service. Med "asynchronicity" menas att individen kan utbyta medde-

landen när det är mest lämpligt. Användaren får därigenom ökad kontroll över tidpunkten, till exempel behöver inte parterna kommunicera samtidigt, och personligt schema kan skapas (Williams et al, 1985; Rogers, 1986; Williams et al., 1988).

Tillgång och användning

Nedanstående resultat baseras på en enkätundersökningen bland 1 600 elever och sätter ramen för själva artikeln. Förutom att vi får kunskap om var Internet har setts eller använts får vi veta vad 12–13-åringar använder Internet till och hur ofta det används, fördelat på kön, familjens socioekonomiska status (SES)¹ (låg, mellan, hög) och typ av område² (storstad, mindre stad, landsbygd). Eftersom åldern är en avgörande faktor vid användningen av medier (Brown, Cramond & Wilde, 1974) är det intressant att se om den aktuella åldersgruppen skiljer sig (eller inte skiljer sig) från de tre övriga åldersgrupperna (6/7, 9/10, 15/16).

Tabell 1 visar tydligt att svenska yngre tonåringar har sett eller använt Internet på en mängd olika platser, om inte hemma så hos en kompis, på föräldrarnas arbetsplats, i skolan, eller på biblioteket. Under alternativet någon annanstans nämndes bland annat datakurs, Telia, släktingar, dataaffär, fritidsgård, praktikplats, granne. Det är i skolan som de flesta kommer i kontakt med Internet med undantag av killarna i mellan och hög SES-grupp som oftast har sett eller använt Internet hos en kompis eller hemma. Det sistnämnda gäller även för tjejer tillhörande den högre SES-gruppen. Det är främst killarna, i alla åldersgrupper, som sett eller använt Internet hos en kamrat, en eventuell indikation på att mediet blivit ett sätt att umgås på eller i alla fall att Internet gärna används när man träffas. Vad gäller i skolan, på biblioteket och någon annanstans har tjejerna i mellan och låg SES-grupp högre värde jämfört med killarna. Till exempel har 79% av tjejerna i mellan SES-grupp sett eller använt Internet i skolan, motsvarande siffra för killarna är 41%, vilket visar på skolans betydelse för jämlikhet och Internetanvändning. Ju högre SES familjen tilldelas desto större är sannolikheten att Internet har setts eller använts hemma och/eller på föräldrarnas arbetsplats. Det är både tjejer och killar i storstäderna som mest kommer i kontakt med Internet hemma. För 12–13-åringar i mindre städer och på landsbygden intar skolan en central plats för denna kontakt. Detta gäller även för biblioteket men dock endast för tjejerna. Det är tonåringarna på landsbygden som oftast har sett eller använt Internet någon annanstans. Att Cyberspace café endast skulle vara ett storstads-fenomen stöds inte av våra resultat. Det är snarare killarna som använder denna form av café, såväl boende i storstaden som på landsorten.

TABELL 1: Var har Internet setts eller använts?
(familjens SES fördelat på kön, %)

	Familjens SES					
	Låg		Mellan		Hög	
	Pojkar (18)	Flickor (16)	Pojkar (54)	Flickor (48)	Pojkar (36)	Flickor (39)
Hemma	11	6	30	31	61	54
På föräldrarnas arbetsplats	11	0	15	10	17	13
Hemma hos en kamrat	28	25	44	17	44	23
I skolan	67	88	41	79	58	46
På ett Cybercafé	0	0	6	0	8	0
På biblioteket	11	31	11	10	22	15
Någon annanstans	6	13	15	8	8	8

För alla fyra åldersgrupper är det mest populärt att surfa och bläddra på Internet, något som ökar ju äldre barnet blir. Om vi studerar 12-13-åringarna mer ingående med hänsyn till familjens SES (se tabell 2) ser vi att just surfa/bläddra har den högsta procentsatsen oavsett grupptillhörighet, med undantag av tjejerna i den lägre SES-gruppen som använder Internet för diverse chatgrupper. Om vi drar paralleller till Rubins forskning om TV-tittandet (1984,1985) ger detta intrycket av ett rituellt användande som kan jämföras med zapping. Men många av de yngre tonåringarna letar även efter information, eller besöker websidor, något som antyder ett mer instrumentellt användande, där medieinnehållet utnyttjas ändamålsenligt. Medan man gärna surfar och letar information med ökad ålder, visar spel på det motsatta förhållandet. I åldern 6/7 spelar 56% av pojkarna och 64% av flickorna, för åldersgruppen 15/16 är siffrorna 35% respektive 11%. Flickorna i åldern 6/7 spelar flitigast medan det i de äldre åldersgrupperna är pojkarna. Även om det är killarna (i åldern 12/13) som spelar mest i alla SES-grupper är siffran högst (53%) i den högre SES-gruppen.

Att delta i chatgrupper är den enda funktionen som används flitigast av tjejerna i alla SES-grupper. Däremot verkar nyhetsgrupper vara av föga intresse för såväl killar som tjejer, även om intresset ökar för killar i den högre SES-gruppen. Det är också denna grupp av killar som gärna utformar sina egna websidor. Från och med 12 års ålder utnyttjas E-mail alltmer. Det är 12-13-åringarna från den högre SES-gruppen som använder denna möjlighet mest.

Killarna, antingen boende i storstad, mindre stad eller landsort, utnyttjar Internet ungefär lika mycket för att surfa, kopiera material, leta efter information/besöka websidor. Det är dock killarna på landsbygden som använder e-mail mest. Tjejerna, å andra sidan, uppvisar ett mer splittrat användnings-

mönster, även om alla, oavsett områdetyp letar efter information på nätet. Det är tjejerna i storstaden som surfar, kopierar material och skickar e-mail. Förutom att surfa och bläddra på nätet föredrar tjejerna på landsbygden att spela.

TABELL 2: Vad används Internet till? (familjens SES fördelat på kön, %)

	Familjens SES					
	Låg		Mellan		Hög	
	Pojkar (15)	Flickor (16)	Pojkar (53)	Flickor (41)	Pojkar (35)	Flickor (35)
Surfa/bläddra	60	31	74	59	83	55
Ladda ner program & material	20	6	34	27	46	31
Spel	40	19	28	10	53	14
Chatgrupper	33	50	36	39	37	46
Nyhetsgrupper	0	0	8	2	11	0
Leta efter information/ Besöka websidor	53	38	32	51	51	46
E-mail/E-post	20	13	17	24	31	26
Göra egna websidor	7	6	15	0	26	3

Generellt kan vi säga att ju äldre man blir desto oftare används Internet, vanligtvis 1 gång i veckan. Att inte fler av de yngre barnen använder Internet är inte överraskande med tanke på att det krävs, förutom en viss baskunskap om datorer, en förmåga att kunna använda olika sökverktyg, vara informerad om olika databaser etc. Även om barnet i fråga har kunskap i själva användandet möts han eller hon av många engelska texter på nätet, vilket kan försvåra tillgängligheten av information. Brown, Cramond och Wilde (1974) talar bland annat om att huruvida en person använder ett medium eller inte bestäms delvis av hans eller hennes läskunnighet, förståelse för grammatiska regler, och förmåga att tolka innehållet.

Oberoende av SES-tillhörighet är det killarna, i åldersgruppen 12-13 år, som använder Internet oftast, med undantag av de tjejer i låg SES-grupp vilka utnyttjar mediet 2-3 dagar i veckan (se tabell 3). Men det är fler killar (i den högre SES-gruppen) som använder Internet mer än 4 dagar i veckan. För tjejerna återfinns dessa höganvändare i mellan SES-gruppen. Det är även denna grupp bland tjejerna som har det högsta medelvärdet (1,07), vilket kan jämföras med 1,86 för killarna i den högre SES-gruppen. Det är både killarna och tjejerna i storstäderna som använder Internet oftast, 1,64 respektive 1,19 gånger i veckan.

TABELL 3: Hur ofta används Internet? (familjens SES fördelat på kön, %).
Baserat på alla som hört talas om Internet

	Familjens SES					
	Låg		Mellan		Hög	
	Pojkar (18)	Flickor (22)	Pojkar (57)	Flickor (55)	Pojkar (39)	Flickor (42)
Aldrig	17	27	7	27	10	17
<1gg/mån	17	27	16	22	10	24
1 gg/mån	11	9	16	11	10	17
1 gg/vecka	33	14	33	18	31	21
2-3 dag/vecka	17	23	18	11	18	17
4-5 dag/vecka	6	0	7	7	13	2
6-7 dag/vecka	0	0	4	4	8	2

Sammanfattningsvis kan sägas att även om många av de undersökta 12-13-åringarna har kommit i kontakt med Internet i skolan är det mer vanligt för tjejer och killar från en högre SES-familj att de har sett eller använt Internet hemma. Det är i skolan som tjejer, från låg och mellan SES-familj, har högre värden jämfört med killarna. Killar från mellan och hög SES-grupp utnyttjar i större utsträckning mediet hos en kompis. Tabell 1 visar att det främst är flickor (31%) tillhörande låg SES-familj som har sett Internet användas eller använt det själv på något bibliotek. Det är också denna grupp av flickor samt pojkar från mellan SES-familj som kommit i kontakt med mediet någon annanstans. Surfa och bläddra på nätet är den mest använda funktionen för de flesta yngre tonåringar, förutom tjejer tillhörande låg SES-grupp. Den sistnämnda gruppen föredrar att delta i olika chatgrupper. Det är killar från högre SES-familj som tenderar att vara aktiva i nyhetsgrupper, göra egna websidor och skicka e-mail. Ytterligare en könsskillnad gäller spel. Det är pojkarna i alla SES-grupper som använder Internet för spel. Studien visar också att det är killarna på landsbygden som gärna skickar e-mail. Internet används oftast av killar från högre SES-familjer, 21% utnyttjar mediet 4 dagar eller mer i veckan, vilket kan jämföras med det högsta värdet för tjejerna 11% (mellan SES-grupp). Men det är tjejerna i den lägre SES-gruppen som använder Internet mest i kategorin 2-3 dagar i veckan. Det är utan tvekan såväl killar som tjejer i storstäderna som använder Internet flitigast jämfört med deras jämnåriga på landsbygden.

Inställning till Internet

Följande avsnitt baseras på intervjuer med 10 tjejer och 10 killar i 12-13 års åldern, från Malmö och Vagnhärad. Efter åskådliggörandet av deras inställning

till Internet diskuteras ämnen som cyberidentitet och virtuell vänskap. Värt att notera är att samtliga intervjupersoner har använt Internet hemma, i skolan, hos en kompis, på biblioteket eller på föräldrarnas arbete. På frågan "Om jag säger dator, vad tänker ni då på?" var de vanligaste svaren spel, Internet och skriva. Men graden av kunnskap och kontakten med datorer och Internet varierar från "...jag vet inte hur en dator fungerar för vi har ingen hemma och jag har väldigt svårt att lära mig saker" (Kille, Vagnhärad), till "...vi gjorde egna broschyrer med våra namn på...vi gjorde egna brevpapper och sånt...sen...fick vi gå ut på Internet...då fick vi en hel sida adresser som vi fick gå in på. Sen tog dem foto på oss och satte in dem på Internet" (Tjej, Malmö).

Vad är Internet för yngre tonåringar? Vilken är deras inställning till detta nya medium?

– *Det är allt.*

– *Allt från, det är liksom tidning, radio, det är allt liksom, man kan få fram allt man säger, man kan få fram så här, man kan gå in så här och titta på Skilda Världar på datorn genom Internet istället för att sitta framför en TV.*

– *Eller läsa Aftonbladet.*

(Killar, Vagnhärad)

Citatet ovan visar hur mångfasetterat Internet är som medium. Till skillnad från andra medier finns här allt man kan tänka sig, från bilder på fotomodellen Pamela Anderson till fakta om dinosaurier.

Inställningen och attityden till Internet berör antingen själva mediet i sig, dess teknik, innehållet eller hur Internet förhåller sig till andra medier såsom böcker, telefon. För de intervjuade är Internet förutom ett uppslagsverk med obegränsad information, ett sätt att få kontakt med andra människor. Att Internet erbjuder möjlighet till att chatta är högt uppskattat. De intervjuade menar att de inte bara lär sig mer om andra länder utan att de även förbättrar sin engelska. Internet ses överlag med positiva ögon, det finns inget man inte kan göra – lyssna på musik, ladda ner spel på sin hårddisk, få fram fakta till skolarbete, leta efter hemsidor om sina idoler eller få veta mer om någon sport eller hobby. Genom Internet får tonåringarna tillgång till information som de inte kan hitta någon annanstans. På grund av dess digitala kommunikationsform erbjuder Internet obegränsade användningsområden. Flera funktioner, som tidigare varit åtskilda och ofta associerats till ett visst enskilt medium, kombineras och sammanvävs. Till exempel förknippades musik förr med radion eller grammofonskivan och fakta/information med böcker "...där finns liksom allt...man kan läsa böcker...man kan chatta, man kan spela spel, man kan titta på TV genom datorn, man kan lyssna ungefär som på radion, man kan lyssna på musik, det är samma som mobiltelefon, chatta, och stora tidningar det står ju liksom i datorn" (Kille, Vagnhärad). En intressant iakttagelse är att många intervjupersoner berättar om vad man kan göra via nätet inte hur de själva konkret utnyttjar mediet och dess mångfaldiga funktioner. Denna diskrepans gör sig tydlig i uttalanden om bristande kunskap gällande detta nya medium, och att man ofta ber sin pappa, äldre syskon, eller kompis om hjälp.

Samtidigt som det pratas entusiastiskt om detta nya medium, och vilka möjligheter det ger, intar de intervjuade ett kritiskt förhållningssätt. Även om Internet tas för givet i dagens samhälle och används flitigt av barn och ungdomar, hindrar inte detta att de reflekterar över dess innehåll, där vissa aspekter är önskvärda medan andra ses med skepsis. Bara för att Internet är nytt och något barn konstant hör talas om via kompisar, tidningar, TV etc., medför inte detta ett automatiskt absorberande och användande av Internet.

Trots den generellt positiva andan råder även tveksamhet och kritiska röster höjs, vilka berör såväl mediets teknik som innehåll. En av de tekniska nackdelarna är att det, enligt intervjupersonerna, inte går att ringa och använda Internet samtidigt, vilket gör att det krävs en extra telefonuppkoppling. En viss irritation uppstår när man försöker ringa en kompis och att det kan ta flera timmar innan man kommer fram. Många menar att det nästan är lönlöst att ringa någon efter klockan sex eftersom det då är en lägre telefontaxa, vilket gör att de flesta vid denna tidpunkt är ute på nätet. Innehållsmässigt är de intervjuade skeptiska till en del material på Internet, såsom pornografiska bilder och information om tillverkning av bomber. Någon form av "filter" borde finnas men med tanke på Internets omfång anses detta vara orimligt. En del intervjupersoner anser att mediet blivit ett hjälpmedel för kriminell verksamhet, t ex att datahackers går in och tar pengar från företag. Det faktum att moraliska gränser sätts för hur mediet bör användas tyder på att Internet har (i denna aspekt) en "speciell" position i förhållande till övriga medier. Denna moraliska gräns nämndes överhuvudtaget inte när andra medier som TV, video, radio, telefon, böcker och dagstidningar diskuterades. Till exempel fanns det en kritisk inställning till pornografiska bilder på nätet, vilket inte jämfördes med möjligheten att se liknande bilder på video eller via olika satellitkanaler. Det är endast genom att sätta ett visst medium i relation till andra medier, och studera den kontext (fysiskt, kulturellt, socialt etc) inom vilket mediet används som dess komplexa och integrerade natur kan utrönas och belysas.

Internet och andra medier

Inställningen till och upplevelsen av Internet berördes även när de intervjuade pratade om mediet i förhållande till böcker, telefon och brevskrivande. När skolarbete diskuterades i en av gruppintervjuerna sattes det likhetstecken mellan Internet och lathet. En jämförelse gjordes med *böcker* som uppmuntrar till en mer aktiv handlingsform där eleven själv är det aktiva sökverktyget. Gruppen ansåg att det var mer ett "riktigt arbete" om de själva gick till biblioteket och letade fram böcker. Till skillnad från när de använder Internet får de hålla på med allt möjligt när de går till biblioteket för att låna böcker. Genom att själv få slå upp i böcker, och kopiera bilder, lär de sig mer om sitt forskningsämne. Sökningen på Internet sker med olika nyckelord vilket minskar sannolikheten för att stötta på det som finns "runt omkring".

Att Internet skulle vara den självklara informationskällan är inte givet för alla intervjupersoner. Böcker är fortfarande för dessa personer det viktigaste mediet och via nyheterna på TV får de reda på världshändelser. Att just böcker favoriseras är att det är lättare att hitta det man är intresserad av. På grund av nätets oändlighet blir det så väldigt mycket att läsa igenom.

De intervjuade fick också frågan vad de tror kommer att hända med böcker i framtiden. Även om de flesta menar att böcker kommer att finnas kvar ser man en tendens till att till exempel uppslagsverk försvinner för att ersättas av CD-Rom och Internet. Skönlitteratur, å andra sida, kommer inte att läsas via Internet eftersom denna typ av böcker läses under en längre tid, och det skulle därför bli väldigt dyrt. En lösning är i så fall att skriva ut sidorna, att läsa direkt från skärmen anses för ansträngande. Böcker är något som de intervjuade kan läsa när som helst, de behöver inte vänta på att datorn ska bli ledig hemma, eller gå till en kompis. Bokläsning är också något som associeras till en viss situation och tidpunkt – på kvällen innan man går och lägger sig. Rubin & Windahl (1982) talar om betydelsen av funktionella alternativ till en viss form av medieanvändning. Personen ifråga väljer det alternativ (medialt som icke-medialt) som upplevs vara mest tillgängligt, behjälpligt och socialt/kulturellt acceptabelt. De intervjuade har ett nyanserat förhållningsätt vad gäller förhållandet Internet och böcker. Det är med andra ord inte frågan om sk ”displacement” effekt, där ett nytt medium ersätter ett annat. Avgörande är istället personens syfte och vilken typ av innehåll/funktion han eller hon är intresserad av.

I de flesta intervjuerna jämfördes elektronisk post med vanligt *brevskrivande* och att ringa någon.

Finns det någon skillnad mellan e-mail och vanligt brevskrivande?

– *Det går fortare [e-mail].*

– *Det är roligare att skriva för hand.*

– *Mer personligt.*

– *Jaah...man får ett vykort sen när man blir äldre så kan man liksom titta tillbaka ”jaah, det här fick jag så skrev den personen då”, då kan man jämföra med något annat. Men om man får såna hära [e-mail] det sparar man inte.*

– *Om det är något viktigt som man måste ha svar på fort då är det bättre.*

(Tjejer, Malmö)

Snabbheten är ett stort plus med elektronisk post. Även om denna nya kommunikationsform enligt intervjupersonerna kommer att ta över det traditionella brevskrivandet mer och mer anses det senare, liksom telefonen, mer personligt. Ett brev blir mer personligt eftersom varje person har sin egen handstil, och är något som kan sparas för att sedan läsas igen. Ytterligare en fördel med e-mail är att det nästan är kostnadsfritt. Dock fanns det varnande signaler om att posten kommer att försvinna i framtiden vilket uppmuntrar till att skriva vanliga traditionella brev. *Telefonen* är det medium som anses vara mest personligt av de tre. ”Ringa är mer då får man höra rösten [...] och det är mer närkontakt

fast ändå inte" (Kille, Vagnhärad). Telefonen ger också möjlighet till att säga exakt vad man menar, något som ibland kan vara svårt att formulera i text. En annan fördel är att telefonen försvårar något som är möjligt med e-mail – att skicka ett meddelande i någon annans namn.

Cyberidentitet

Att de ständigt pågående förändringarna i världen – globaliseringsprocessen, synen på barndomen (barns uppväxtvillkor), introducerandet av nya kommunikationstekniker – påverkar skapandet av en identitet, både vad gäller synen på sig själv (i dåtid, nutid, framtid) och förhållandet till andra människor, är uppenbart. Att finna svaren på frågorna "Vem är jag?", "Vad vill jag?" blir viktigt under tonåren. Skapandet av en identitet kan ses som en kritisk period i en ung människas liv, och är det första steget mot vuxenlivet. Givetvis fortsätter vi hela livet att bygga upp vår identitet men tonårstiden utgör en mycket känslig och avgörande tid då unga människor genomgår en medveten självreflekterande process för att skapa ett integrerat Jag, och anpassa sig till sin komplexa omvärld. Det är under denna period som det är "tillåtet" att experimentera, testa, modifiera och förkasta olika livsstilar, beteenden, intressen, ideologier, och värderingar (Atkinson et al., 1993; Kroger, 1996; Turkle, 1987).

Moderna institutioner (alltifrån nationalstaten, bösättning, arbets- och produktmarknader till den kommersiella varuproduktionen) skiljer sig från sina föregångare genom sin dynamiska natur, dess globala spridning, och traditionernas minskade betydelse (Giddens, 1996). På grund av den rådande fragmenteringen av nuvarande idéer och institutioner kännetecknas det senmoderna samhället, enligt Giddens (1991), av risker och osäkerhet. Även om människans liv är förankrat i en lokal miljö genomsyras hennes fenomenologiska värld inte minst av intryck och erfarenheter från globala medier. Det moderna sociala livet karakteriseras av en omstrukturering av tid och rum, där sociala relationer inte längre är knutna till specifika platser (Ibid). En individs Jag ses av Giddens som en reflexiv process, där identitet ständigt förändras allteftersom olika livsstilar, eller delar av dessa, kombineras och skapas utifrån den mängd valmöjligheter som idag står till individens förfogande. "*A self-identity has to be created and more or less continually reordered against the backdrop of shifting experiences of day-to-day life and the fragmenting tendencies of modern institutions*" (Giddens, 1991, s.186). Ziehe (1993) talar om en "ny livsvärld" som kännetecknas av ökad reflexivitet, görbarhet och individualisering. I det nya samhället har människan allt fler möjligheter att uttrycka och fundera över sig själv och sin identitet. Upplevelsen av att allt är möjligt får oss att inse att vi själva ansvarar för vår egen lycka, inget är givet. Denna görbarhet är relaterad till den ökade individualiseringen i samhället – människan måste idag inte bara fatta viktiga beslut rörande olika livsstilar och handlingsalternativ, hon är tvungen att göra det.

Turkle (1995) menar att just Internet har gett oss ett användbart redskap i detta senmoderna samhället eftersom mediet ger utrymme för flexibla och mångfaldiga upplevelser ”...we have seen people doing what they have always done: trying to understand themselves and improve their lives by using the materials they have at hand. Although this practice is familiar, the fact that these materials now include the ability to live through virtual personae means two fundamental changes have occurred in our situation. We can easily move through multiple identities, and we can embrace, or be trapped by – cyberspace as a way of life” (Turkle, 1995, s. 231). Datorn, som inte ställer några krav på känslor eller åtaganden, förenar två motstridigheter hos människan – rädslan för ensamhet och intimitet (Turkle, 1987). Gränsdragningen mellan det privata och offentliga suddas ut. Enstöringen behöver inte längre vara ensam.

Reimer (1993) diskuterar hur den senmoderna miljön – delandet av en gemensam offentlig sfär, kombinerandet av privata och offentliga roller och frigörandet av den sociala sfären från den fysiska – påverkar unga människor som lever i en värld, mer eller mindre genomsyrd av massmedier. Det har, både på en personlig och social nivå, skett en ökning av tillgängliga livsmöjligheter. Genom det ökade medieutbudet och det stora intresset för att resa konfronteras dagens människa konstant av nya impulser och handlingsalternativ. Denna miljö skapar en föränderlig och obestämd identitet, något som är speciellt utmärkande för ungdomar eftersom de oftast möts av flera nya impulser jämfört med den äldre generationen. Den symbolik som massmedia är bärare av tillmäts även större betydelse hos unga människor. Genom massmedia kan människor omorganisera och tänja på de annars givna gränserna, mellan offentliga och privata sfärer, en möjlighet som aktivt utnyttjas av ungdomar. Datorn i det egna sovrummet förvandlar snabbt rummet till en öppen och allmän sfär, medan freestylen omvandlar den offentliga sfären (på bussen, gatan, stationen etc.) till en mer personlig sfär. I all denna entusiasm över möjligheter i livet är ett mer nyanserat förhållningssätt önskvärt. Vi har inte alla samma förutsättningar (materiellt, socialt, kulturellt), något som även förändras med åren, ju äldre man blir desto större är sannolikheten att en bättre materiell standard uppnås. Idag diskuteras ungdomars svåra levnadsförhållande, hög arbetslöshet, ökad konkurrens i samhället, strävan efter den perfekta kroppen etc. något som borde sättas i relation till alla de val och möjligheter ungdomar står inför. En relation som ibland kan tänkas vara konfliktladdad snarare än idyllisk.

Till skillnad från vuxna finns det inte en strikt linje mellan det privata och offentliga hos ungdomar. En viss stil kan till exempel skapas och provas ut i den privata sfären i förberedelse för ens entré på den offentliga arenan. Den senmoderna miljön påverkar även vår tidsuppfattning. Eftersom vi möts av fler och fler nya impulser och intryck, och med kunskap om att våra val alltid är temporära, lever människan idag i nuet. När inte längre vårt sociala liv är beroende av var vi fysiskt befinner oss och att vi alla kan ta del av samma information, kan traditionella skillnader mellan till exempel storstad och landsbygd

försvinna. Ett tecken på detta är hur likartade ungdomskulturer finns över stora delar av världen (Ibid). De ökade möjligheterna och alternativen ges alltså inte endast på nationell basis, tvärtom, med Internet är världen ens hem. Den plats där dagens barn och ungdomar ska finna sin identitet och position.

Identitet är inget entydigt begrepp utan kan sägas bestå av tre komponenter: personlig, kulturell och social identitet (Johansson & Miegel, 1992), vilka alla spelar en viktig roll i utformandet av barnets identitet. Jämfört med den personliga identiteten, som kan sägas utgöra en individs unika uttryck och egenskaper, sätts den sociala (diverse internaliserade sociala roller) och kulturella identiteten (att förstå och använda kulturella symboler) i relation till olika kollektiv och grupper.

Internet utgör en social och kulturell lekplats, där individen iscensätter sig i olika situationer, roller och livsstilar. I denna nya offentlighet krävs ny kulturell kompetens för att kunna spela med dess symboliska uppsättning. Konstruerandet av en personlig hemsida är ett exempel på hur Internetanvändaren kan porträttera sig inför en global publik (Chandler, 1998). Lämplig text, grafik och ljudklipp väljs ut för att uttrycka tankar, känslor, intressen, åsikter etc. Betydelsen av att länka sin hemsida till vänner, aktuella föreningar m m betonas av Miller (1995, s. 3) *"Show me what your links are, and I'll tell you what kind of person you are."* I några fall, jämfört med MUDs (multi-user domain/multi-user dimension) och olika chatsystem, är en persons hemsida ofta knuten till verkligheten genom att innehålla fotografier, e-mail adresser, relevanta länkar etc (Chandler, 1998).

Genom att kunna vara anonym sätter Internet ramarna för ett rollspel, där användarna kan experimentera med sin sociala identitet, diverse rolldräkter provas som annars skulle vara utom räckhåll. Ett tillfälle ges till att inte bara inta olika roller, och därmed testa egenskaper, förpliktelser, rättigheter och beteenden som förknippas med en specifik roll, utan även tänja på vedertagna gränser för vad som förväntas av en viss rollinnehavare i det verkliga livet.

Att anonymitet är en uppskattad egenskap, och att en del ungdomar spelar med sin identitet diskuterades exempelvis livligt och ingående av tjejerna i Vagnhärad.

– Man ljugar jätte mycket när man chattar.

Det här med att ljuga är det bra?

– Egentligen inte men jag brukar ljuga om min ålder för det är inte så kul att vara tretton och chatta med en 17-åring.

Så det är liksom spännande just det här att man kan vara anonym och fantisera?

– Ja.

– Ja, det är jätte kul.

Vilken ålder brukar du säga?

– Aldrig högre än sjutton.

Är bilden annorlunda av dig, hittar du på väldigt mycket?

– Min syrra är sjutton så det är bara att ta efter henne.

- Om man inte är nöjd med, mitt hår eller nånting, fantiserar man om håret. Om jag vill ha blont hår då säger jag att jag har blont jätte långt hår eller jätte kort hår. Man kan fantisera om det man egentligen vill ha.
 - Jag brukar vara fjorton, femton så där och så är man så här typ helt perfekt med allting, man är jätte rik, har lägenhet i Florida.
 - Fast jag är inte nöjd med mitt namn, jag tycker inte det är snyggt, tycker det är jätte fult.
 - Jaah, namnen.
 - Så gör man ju alltid om namnen.
 - Jaah, men det gör man ju.
- (Tjejer, Vagnhärad)

Internet har för dessa tjejer blivit ett redskap för att uppnå det som Carl Rogers benämner det ideala Jaget, den bild som vi önskar ha av oss själva (Atkinson, et al., 1993). Detta ideal ska jämföras med det verkliga Jaget som består av medvetenheten om vem man faktiskt är och vad man är kapabel att göra. För att undvika att bli helt kolonialisera av kommersiella produkter skapar barn och ungdomar, enligt Ziehe (1975, i Fornäs et al., 1984), ett slags "växthus". I denna frizon experimenterar och formar unga människor sin egen livsvärld. Internet kan ses som en form av ett sådant "växthus", där föräldrar, lärare och andra vuxna (auktoriteter) inte har någon insyn eller inflytande. Möjligheten att ha något privat betonades i en av intervjuerna där föräldrarnas nyfikenhet att veta vad Internet utnyttjas till kritiserats. Internet har för ungdomarna blivit vad Dahlgren (1991) kallar den alternativa offentligheten. I denna form av offentlighet har yngre människor ofta mer vana och kunskap att behärska och utnyttja detta nya medium. Kanske kan detta nya spelrum, som till stor del formas av användarna själva, göra att ungdomar känner sig mer delaktiga, där "top-down" information och riktlinjer inte gör sig gällande. Risken är dock att den vuxna generationen kommer efter och att mötet på nätet dem emellan blir sporadiskt och innehållslöst. Genom att ha flera stereoanläggningar, TV-apparater etc. i hemmet har massmedia bidragit till en differentiering av vardagslivet i den privata sfären. Internet kan som medium intensifiera denna process men på den offentliga arenan.

Virtuell vänskap

Det faktum att Internet innebär en upplösning av tid och rum, där fysiskt avstånd inte längre avgör med vem du kommunicerar, får följder för den kulturella identiteten. Skapandet av virtuella samhällen gör att människan inte längre behöver tillhöra sociala och kulturella grupper som ligger henne nära i tid och rum. Virtuella livsstilar verkar vara en realitet snarare än en tänkbarhet. De elektroniska medierna har gjort att vår upplevelse av någonting inte längre behöver vara knutet till en viss fysisk plats. Vi kan idag snabbt kommunicera, utan tidsfördröjning, med personer som bor långt ifrån oss (Meyrowitz, 1985).

Jones (1997) beskriver det virtuella samhället som *"Free of the constraints of space and time, and so free us to engage with fellow humans irrespective of geographic proximity and the clock, and it would construct that community from communication, rather than inhabitation and being, which do not guarantee communication"* (Jones, 1997, s. 10). Enligt Rheingold (1993) bildas dessa sociala gemenskaper på Internet när människor en längre tid deltar i diverse diskussioner, med en viss öppenhet vad gäller sina egna och andras känslor. Allteftersom masskommunikation uppvisar en högre grad av individualisering och anpassning till den enskilde individen menar Beniger (1987) att det traditionella samhället har ersätts av ett så kallat pseudo-samhälle. Jämfört med Rheingold (1993) intar Beniger ett mer kritiskt förhållningssätt till denna nya typ av samhälle, där interpersonella förhållanden har ersätts av opersonliga umgängesformer via datorbaserad massmedial kommunikation.

Genom olika diskussions- och chatgrupper, Internet relay chat, kommersiella chattrum, BBS system (bulletin board services), utmanar Internet den traditionella distinktionen mellan interpersonell och mass kommunikation. Individen kan idag välja nya alternativa vägar för kontakt, och utveckla såväl vänskaps- som romantiska förhållanden med andra människor. Kritikerna anser att on-line förhållanden är opersonliga och ofta fientliga, och att det endast är frågan om en illusorisk gemenskap. Anhängarna, å andra sidan, ser det som ett sätt att befria interpersonella förhållanden från den fysiska platsen, och därmed skapa möjligheter för nya autentiska personliga förhållanden och gruppmedlemskap (Parks & Floyd, 1996). Till skillnad från den tidigare betoningen vad gäller utvecklandet av förhållanden, saknar on-line kommunikation egenskaper såsom fysisk närhet, regelbunden kontakt, information om fysiskt utseende, ledtrådar om gruppstillhörighet, och information om den sociala kontexten. Oavsett vilken ståndpunkt vi intar är vi nog alla överens om att datorbaserad kommunikation innebär nya utmaningar för vår förståelse och syn på sociala förhållanden. Short, Williams och Christie (1976) talar om *"the social presence of a medium"*. Medier utvärderas olika beroende på hur personligt orienterade de är, och att ett medium väljs av psykologiska skäl, dvs dess emotionella användbarhet (Williams et al., 1985). Rogers (1986) definierar *"social presence"* som *"...the degree to which a communication medium is perceived to be socio-emotionally similar to a face-to-face conversation"* (s. 52). Det är med andra ord en *"upplevd"* kvalitet hos ett medium (Short et al., 1976), och kräver att ett medieinnehåll består av såväl verbala som icke-verbala element. Enligt denna definition upplevs datorer och Internet som något opersonligt, där känslan av det mänskliga tunnas ut (Williams et al., 1988). Användandet av diverse symboler kan ses som ett sätt att komplettera bristen på och avsaknaden av kontextuella och sociala ledtrådar. ☺, ☹, :-), ★ler★ är alla exempel på hur Internetanvändare uttrycker humör, känslor och sinnesförmimmelser, och därmed förmedlar nyanser av personlig stil.

Internet, och dess sociala landskap, betyder för många av de intervjuade just kontakt med människor, inte bara från andra delar av Sverige utan även från andra världsdelar. Skolgården är inte längre den självklara mötesplatsen.

Vem chattar du med, är det inom Sverige eller över hela världen?

– *Mest Sverige men det blir också med andra länder.*

– *...Min kompis hon har Internet så vi brukar sitta och chatta över hela världen, det är jätte kul.*

(Tjejer, Vagnhärad)

Vad använder ni Internet till?

– *Oftast hemma, när man är ute och chattar då.*

Vem chattar du med?

– *Det är alla som finns att chatta med. Man har aldrig någon speciell att chatta med. Om man inte har någon kompis som är ute och chattar då. Sen kanske man börjar chatta med nån som man tycker har ett ballt namn eller.*

Vad pratar ni om?

– *Tjaa, livet överhuvudtaget, hur gammal man är.*

– *Om man pratar med nån kille så där så brukar man sitta och prata om tjejer och sånt där.*

– *Intressen och sånt.*

(Killar, Vagnhärad)

Utöver denna mer sporadiska kontakt innebär Internet ett nytt sätt att träffa killar och tjejer, och eventuellt etablera ett mer långvarigt vänskapsförhållande.

Tror ni att detta blir ett nytt sätt att träffa tjejer?

– *Jaah.*

– *Jaah.*

– *Det finns många som träffar tjejer via Internet.*

Vad tycker ni om det att man träffar tjejer via nätet istället för att träffa dem på skolgården?

– *Men om man träffas via nätet då är det typ då kan man snacka med en i Kina om man vill, det gör det samma varifrån de kommer bara liksom nån att prata med. Man kan säga vad man tycker och så.*

(Killar, Vagnhärad)

– *När jag chattar då chattar man mest med killar, det är liksom nu när man är lite större då chattar man med killar...*

(Tjej, Vagnhärad)

– *Ja, man kan ju kontakta andra människor, för många träffar du varandra alltså...*

– *...Par alltså så träffas dem genom Internet.*

(Kille, Malmö)

Men att träffa en tjej eller en kille på nätet sker inte utan komplikationer. Alla är de medvetna om att möjligheten att ljuga finns och det faktum att man inte kan se sin samtalspartner har sina brister:

– Men sen när man träffar dem så här eftersom man inte har sett [hur] de ser ut så kan man bli rätt så besviken tror jag om det blir helt fel.

– Om man typ tycker att hon inte är snygg eller så men då kan man ju fortfarande tycka att hon är schysst.

– Man lär ju känna varandra.

(Killar, Vagnhärad)

– Det beror ju på åldern för att om de skriver att de är sjutton och det är en sjutton-årig tjej som chattar med en som skriver att de är sjutton då kanske det är en 45-årig man.

(Tjej, Vagnhärad)

Kalcik (1985), Hellerstein (1985), Park & Floyd (1996) har i sina studier visat att en del människor som möts on-line även börjar umgås off-line. Om inte möjlighet ges till att träffas ansikte mot ansikte utnyttjas vanligt brevskrivande, telefonen eller elektronisk post. Alla kan de ses som ett sätt att övervinna befintliga begränsningar hos datorbaserade nyhetsgrupper eller chatgrupper.

– Om man träffar nån som man chattar med och som man vill chatta vidare med eller träffa någonstans, om dem bor i närheten, Södertälje eller så här, då brukar dem ofta uppge en e-mail adress och så ger man bort sin egen. Då brukar man skicka brev till varandra just till den e-mail adressen då.

(Kille, Vagnhärad)

Enligt Baym (1995) är utvecklandet av interpersonella förhållanden på nätet bland annat beroende av var deltagarna befinner sig fysiskt (påverkar möjligheten att träffas), systemets infrastruktur (tillgängliga länkar genom vilka förhållanden kan bildas), dess tidsmässiga struktur (tar tid att bygga upp ett förhållande), gruppens syfte (tillåts diskussion av personliga angelägenheter, uppmuntras ett vänligt och öppet kommunikationsklimat), och slutligen deltagarnas egna egenskaper (ses t ex datorn som en plats att träffa nya människor). Baym menar också att det är en fördel om användarna är ett fåtal som deltar ofta och regelbundet i en nyhetsgrupp.

Att kontakter som knutits on-line utvecklas vidare i andra kommunikationsformer och sammanhang indikerar att vi, för att vi ska nå en djupare förståelse av fenomenet cyberspace, måste gå bortom denna. Ses cyberspace som vilken annan mötesplats som helst? Är distinktionen off-line och on-line av mindre betydelse för användarna? Detta blir uppenbart när barns och ungdomars medieanvändning studeras. Denna yngre åldersgrupp får i ökande takt tillgång till alltmer sofistikerade elektroniska medier. Nya interaktiva digitala medier vävs smidigt och omedvetet samman med andra medier och med vardagslivet i övrigt. Det tals ofta om det växande generationsgapet, där dagens barn inte sällan är mer kunniga och insatta i användningen av nya medier än deras föräldrar, lärare etc. Att gå bortom cyberspace innebär att det blir alltmer svårare att endast studera Internet i den aktuella situation som det används. Genom bl a dess interaktiva egenskaper och globala räckvidd har Internet (och dess funktioner) blivit del av ett större sammanhang, en del av användar-

rens personlighet, sociala kontaktnät och vardagsliv. Förhållandet dem emellan är ömsesidigt och dynamiskt i den meningen att det ständigt är föremål för förändring och bearbetning.

Nya medier

Denna artikel syftar till att ge insikt i hur några av dagens svenska 12-13-åringar använder och upplever Internet. Ett familjärt medium för många av de intervjuade i den meningen att de inte känner sig främmande inför att använda det. Att surfa på nätet, leta efter information och fakta (till skolarbete, om sin idol, favorit sport), att delta i olika chatgrupper och ladda ner program (t ex spel) är de mest populära funktionerna. Intervjumaterialet visar också att Internet bidragit till ett nytt sätt att få kontakt med andra människor, såväl inom Sverige som utanför dess gränser. Detta nya medium är också på väg att utgöra en plattform för tonåringars experimenterande av sin identitet, oftast utan insyn och inblandning från vuxenvärlden.

Termen ”nya medier” kan givetvis diskuteras, inte minst i sammanhanget barn och ungdom. För de yngre barnen är Internet ungefär lika gammalt som de själva *”Men det har ju funnits i flera år”* var ett vanligt uttryck för detta. I jämförelse med de intervjuer som gjordes med 15-16-åringarna ansåg många av de yngre åldersgrupperna (6/7, 9/10, 12/13) det lika naturligt att söka på Internet, utnyttja CD-Rom skivor som att slå upp fakta i böcker. Även om de äldre tonåringarna också gjorde detta idag jämförde de ofta hur det var när de själva gick på låg- och mellanstadiet, då böcker var den självklara informationskällan. Barn har idag för det mesta en dator i klassrummet som utnyttjas kontinuerligt och lika ofta som uppslagsboken i bokhyllan, vilket är ett tydligt exempel på en av de många förändringar som skett vad gäller medianvändningen. Den yngre generationen växer upp och omges av ett globalt samhälle, där mångfald, variation och förändring är en del av vardagen, vilket omfattar såväl materiella ting som det dagliga mötet med människor från andra kulturer.

Noter

1. Klassificeringen låg (arbetare, ej fackutb. + fackutb.), mellan (lägre & mellan tjänstemän, företagare, lantbrukare, studerande), och hög (högre tjänstemän) baseras på Folkbokföringens socioekonomiska indelning av förvärvsarbetande 1985. Vid sammanslagningen av moderns och faderns sammanlagda SES (socioekonomiska status) valdes det högsta värdet av de båda.
2. För områdetyp klassificerades de undersökta kommunerna i storstad (Stockholm, Göteborg, Malmö), mindre stad (Karlstad), och landsbygd (Hällefors, Vagnhärad, Lödöse).

Referenser

- Altheide, D. (1985) *Media Power*. London: Sage Publications.
- Altheide, D. & Snow, R. (1979) *Media logic*. United States of America: Sage Publications.
- Altheide, D. & Snow, R. (1991) *Media worlds in the post-journalism era*. New York: Aldine de Gruyter.
- Atkinson, R.L., Atkinson, G.C., Smith, E.E. & Bem, D.J. (1993) *Introduction to psychology* (11th ed.). The United States of America: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Baym, N.K. (1995) The emergence of community in computer-mediated communication. G.J. Steven (Ed.), *Cybersociety – computer-mediated communication and community*. The United States of America: Sage Publications, Inc.
- Beniger, J. (1987) Personalization of mass media and the growth of pseudo-community. *Communication Research*, Vol. 14, No. 3, June, 1987, s. 352–371.
- Brown, J.R., Cramond, J.K. & Wilde R.J. (1974) Displacements effects of television and the child's functional orientation to the media. In: J.G. Blumler & E. Katz (Eds.) *The uses of mass communications – current perspectives of gratifications research*. The United States of America: Sage Publications, Inc.
- Chandler, D. (1998) *Personal home pages and the construction of identities and the web*. <http://www.aber.ac.uk/~dgc/webident.html>
- Dahlgren, P. (1991) Introduction. In: P. Dahlgren & S. Colin (Eds.) *Communication and citizenship. Journalism and the public sphere in the new media age*. London: Routledge.
- Dahlgren, P. (1996) Media logic in cyberspace – repositioning journalism and its publics. *Javnost/The Public* vol. 3, no. 3, 1996.
- Giddens, A. (1991) *Modernity and self-identity. Self and society in late modern age*. Great Britain: T.J. Press.
- Giddens, A. (1996) *Modernitetens följder*. Lund: Studentlitteratur.
- Hellerstein, L.N. (1985) The social use of electronic communication at a major university. *Computers and the social sciences*, 1, s. 191–197.
- Johansson, T. & Miegel, F. (1992) *Do the right thing. Lifestyle and identity in contemporary youth culture*. Stockholm: Almqvist & Wiksell international.
- Johnsson-Smaragdi, U. (1998) Barn och ungdomar i det nya medielandskapet. Statistik och analys. *MedieNotiser, NORDICOM-Sverige*. Göteborgs universitet: Nr. 2, 1998.
- Jones, S.G. (1995) Cybersociety. Computer-Mediated Communication and Community. S.G. Jones (Ed.), *Understanding community in the informaiton age*, s. 10–35. United States of America: Sage Publications, Inc.
- Kalcik, S. (1985) Women's handles and the performance of identity in the CB community. R. Jordan & S. Kalcik (Eds.), *Women's folklore, women's culture*, s. 99–108. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Kent, P. (1994) *The Complete Idiot's Guide to the Internet*. The United States of America: Alpha books.
- Kroger, J. (1996) *Identity in adolescence – the balance between self and other* (2:nd ed.). Great Britain: Routledge.
- Livingstone, S. & Gaskell, G. (1995a, Sept.) *The changing media environment for children and young people: developing the research agenda*. Paper presented at the Re-inventing Television: The world conference, Paris, France.
- Livingstone, S. & Gaskell, G. (1995b) *Children, young people and the electronic media – A research proposal*. Unpublished manuscript, London School of Economis and Political Science, Department of Social Psychology.
- Meyrowitz, J. (1985) *No sense of place*. The United States of America: Oxford Univeristy Press, Inc.

- Miller, H. (1995) *The presentation of Self in electronic life: Goffman on the Internet*.
<http://www.ntu.ac.uk/soc/psych/miller/goffman.htm>
- Morris, M. & Ogan, C. (1996) The Internet as a Mass Medium. *Journal of Communication*, 46 (1), Winter.
- Parks, R.M. & Floyd, K. (1996) Making friends in cyberspace. *Journal of communication* 46(1), Winter, s. 80-97.
- Rafaeli, S. (1988) Interactivity: From new media to communication. R. Hawkins et al. (Eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Reimer, B. (1993) Senmoderna miljöer. Massmedier och organisation av det privata och det offentliga. J. Fornäs, U. Boethius, Reimer, B (red.). *Ungdomar i skilda sfärer*. FUS-rapport Nr 5. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag.
- Rheingold, H. (1993) *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Rogers, E.M. (1986) *Communication technology – the new media in society*. The United States of America: The Free Press.
- Rubin, A.M. & Windahl, S. (1982) *Mass media uses and dependency: a social systems approach to uses and gratifications*. (Media panel, Report No. 21). Växjö & Lund: Högskolan i Växjö & Lunds universitet, Informationsteknik & Sociologiska institutionen.
- Rubin, A.M. (1984) Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*, Vol. 34. No. 3, Summer 1984, p. 67-72.
- Rubin, A.M. (1985) Media gratifications through the life cycle. K-E, Rosengren, L.A, Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media gratifications research – current perspectives*. The United States of America: Sage Publications, Inc.
- Short, J., Williams, E. & Chrisitie, B. (1976) *The social psychology of telecommunications*. Great Britain: John Wiley & Sons, Ltd.
- Turkle, S. (1987) *Ditt andra jag. Datorn och det mänskliga psyket*. Stockholm: Bokförlaget Prisma.
- Turkle, S. (1995) *Life on the screen. Identity in the age of the Internet*. United States of America: Simon & Schuster.
- Veckopengen III, Sparbanken, Institutet för privatekonomi (1997).
- Williams, F., Rice, R.E. & Rogers, E.M. (1988) *Research methods and the new media*. The United States of America: A division of Macmillan, Inc.
- Williams, F., Philips, A.F & Lum, P. (1985) Gratifications associated with new communication technologies. K-E, Rosengren, L.A, Wenner, & P. Palmgreen (Eds.). *Media gratifications research – current perspectives*. The United States of America: Sage Publications, Inc.
- Ziehe, T. (1993) *Kulturanalyser. Ungdom, utbildning, modernitet*. Järfälla: Symposium förlag.
- Ziehe, T. (1984) Kulturell friställning och narcissistisk sårbarhet. J. Fornäs, U. Lindberg, & O. Sernhede (red.). *Ungdomskultur, identitet och motstånd*. Stockholm: Akademilitteratur.