

## Unge og internettet



Skræmmebilledet med en hel generation, der lever virtuelle liv i cyberspace, er tilsyneladende bare endnu en science fiction-fantasi.

# ungdomsforskning

*ungdomsforskning*  
Unge og internettet  
Årg. 4, nr. 2 - juni 2005

*Citat på forside*  
Julie Ekner Koch - se side 17.

*Udgiver*  
Center for Ungdomsforskning ved Learning Lab Denmark, DPU

*Ansvarshavende redaktør*  
Birgitte Simonsen

*Redaktør*  
Niels-Henrik M. Hansen  
nmh@dpu.dk

*Sproglig redaktør*  
Anne Kofod  
ako@dpu.dk

*Layout*  
Niels-Henrik M. Hansen

*Abonnement for 2005*  
4 numre: Kr. 150,- (enkeltpersoner), kr. 200,- (institutioner)

*Løssalg*  
1 nummer: Kr. 50,-. Der ydes rabat ved køb af flere numre og eksemplarer.  
Se [www.cefu.dk](http://www.cefu.dk) for yderligere information.

*Bestilling af abonnement og løssalg*  
ungdomsforskning@lld.dk

ISSN 1602-0324

*Tryk*  
Schweitzer A/S

*Copyright*  
Center for Ungdomsforskning



- 5 REDAKTØREN**  
5 Internettet er for gamle mennesker  
Af Niels-Henrik M. Hansen
- 6 UNGE OG INTERNETTET**  
6 Unge og internettet  
Af Niels-Henrik M. Hansen
- 10 Unge og internettet - ikke noget særligt  
Af Johannes Andersen
- 14 Det er det de unge vil ha'  
Af Julie Ekner Koch
- 18 Leg med status og identitet  
Af Michael Voss
- 22 Beskyttelse af børn og unge i netværkssamfundet  
Af Brit Sung-Kyung Kim Bech
- 28 Når unge går på nettet  
Af Birgitte Tufte
- 36 Bare en anden måde at snakke sammen på  
Af Michael Voss
- 40 AKTUEL FORSKNING**  
For mange stjernekyggere og lykkeriddere blandt nutidens unge  
Af Marta Karolina Olsen
- 50 BOGOMTALE: De følsomme drenge**  
Af Niels-Henrik M. Hansen



# Internettet er for gamle mennesker

I denne udgave af Ungdomsforskning sætter vi fokus på unges brug af internettet. Hvorfor så skrive, at internettet er for gamle mennesker? Pointen, som overskriften forsøger at indfange er, at unge i dag er opvokset med internettet som en selvfølge. Det er ikke noget dramatisk eller i sig selv særligt spændende – det er en selvfølge – noget et ethvert hjem forudsættes at have i lighed med rindende vand, elektricitet og (mobil)telefon.

Påstanden er med andre ord, at internettet i dag på så mange forskellige niveauer er blevet en integreret del af (ungdoms-)livet, at erindringen om internettet som noget særligt og nyt er noget, der endegyldig afslører en som gammel.

Spørgsmålet er efterfølgende, hvorledes dette påvirker og influerer på unges hverdag i dag? Hvad bliver nettet og andre nye medier brugt til? Hvilke(n) betydning(er) har det for de unge, såvel negativ som positivt?

Det er nogle af de spørgsmål som artiklerne i dette nummer af Ungdomsforskning berører.

I øvrigt skal vi beklage de problemer, der har været i forbindelse med betalingen af årsabonnementet på Ungdomsforskning. Vi har ikke været opmærksomme på følgerne af indførslen af elektronisk fakturering, og har i samme omgang haft problemer med vores interne systemer. Vi beklager det besvær det evt. har påført vores læsere.

God fornøjelse med dette nummer!

Niels-Henrik M. Hansen  
Redaktør

# Unge og internettet

Af Niels-Henrik M. Hansen

Det er efterhånden nogle år siden internettet var "the next big thing". Med lidt god vilje er det i dag omkring 10 år siden at internettet for alvor slog igennem i Danmark. Siden da har vi oplevet, at den såkaldte "internet-boble" sprang, og at internettet i dag er så udbredt og almindeligt, at det ikke længere er noget særligt.

## Historie

Historisk kan ideen om et globalt net spores tilbage til 1945, hvor forskeren Vannevar Bush beskriver en ide om et netværk, hvis opbygning var inspireret af den menneskelige hjernes opbygning og struktur. Buch's ideer inspirerer efterfølgende generationer af forskere og ingeniører.

I 1957 opsender Sovjet Unionen verdens første satellit, hvilket fra amerikansk side førte til dannelse af et forskningsagentur (ARPA), som skulle forske i følgerne af en atomkrig, og hvad der kunne gøres for at sikre kommunikationslinierne efter en atomkrig. Igennem 1960'erne blev disse overvejelser og forskellige teknologier udviklet, hvorefter man i 1965 for første gang forbandt to computere i et langdistancenetværk. I 1969 var fire computere forbundet, og forgængeren til nutidens internet – arpanet – var skabt.

Igennem 1970'erne og 1980'erne voksede antal-

let af tilsluttede computere, men det var først med opfindelsen af den grafiske brugerflade – world wide web – i 1990 af Tim Berners-Lee, at brugen af internettet eksploderede. I 1990 var der ca. 300.000 computere tilsluttet. To år efter var mere end en million computere tilsluttet. Og siden da er tallet steget eksplosivt.

## Efter boblen

I 1990'erne var der tilsyneladende ingen ende på internettets lyksaligheder. Internettet var det nye Klondyke, hvor alt kunne og lod sig gøre. Mange revolutioner blev spået på det ene og det andet område. I 2001 brast den såkaldte internetboble og mange af de spektakulære ideer og tanker forsvandt i denne implosion. Groft sagt kan man her sige, at internettet her blev voksent, uden at det dog skal indikere, at udviklingen standsede eller blot bremsede lidt op.

Essensen er dog her, at unge i dag er den første generation, hvor internettet har været der "altid", og hvor brugen af internettet er en selvfølge. Spørgsmålet er om nogle af de profetier, der fremkom i internettets gyldne dage, kan siges at have holdt stik. Profetier, der generelt faldt i to hovedkategorier – dommedagsscenarier, hvor

unge søgte ind i virtuelle verdener og tilbragte al deres tid på internettet – og som en følge af det blev ude af stand til at gebærde sig i den "rigtige" verden. Eller utopiske scenarier, hvor de unge qua internettet blev frisat fra deres sociale og geografiske baggrunde og kunne indgå i alverdens kulturelle og interesse fællesskaber, og derigennem realisere deres fulde potentialer.

Begge perspektiver kan i dag virke lige utilstrækkelige. Sådan er det jo ofte i bagklogskabens lys, men begge har vist sig at være stort set lige forkerte, som en række af artiklerne i dette nummer antyder. Omvendt rummer de dog stadig et gran af sandhed.

Der er nogle unge, der bliver grebet af internettets muligheder, og som tror at computers digitalt regler og handlemåder lader sig overføre på virkeligheden. Samtidig er der unge, som taler med andre unge på tværs af geografiske grænser og som indgår i fællesskaber, der ville være utænkkelige uden internettets mellemkomst. Men spørgsmålet er om de unge, der bliver opslugt af internettet og bliver socialt isoleret, og de unge, der forstår at udnytte mulighederne i internettet, i virkeligheden ikke allerede er segmenterede af andre faktorer end internettet?

### **Den bløde mellemvare**

Hovedparten af de unge placerer sig nemlig midt imellem de to yderpunkter. For dem er internettet "nettet", og det er egentlig ikke noget særligt. Det er noget man bruger meget i hverdagen på mange forskellige måder, men ikke noget man reflekterer særlig meget over. Det er et værktøj, ikke et mål i sig selv, og det glamourøse og spændende er for længst forsvundet. I dette perspektiv risikerer man dog at nedtone de muligheder og forandringer, udbredelsen af internettet har betydet for unges tilværelse i dag. Det er blevet lettere at kommunikere. Man

kan holde kontakt på tværs af tid og sted. Man kan finde viden om alverdens emner, og få hjælp til f.eks. skoleopgaver.

På den anden side giver dette også let adgang til f.eks. porno, og det kan være svært at vurdere om den viden, der er tilgængelig, er kvalificeret eller fornuftig. Den lette kommunikation gør det også lettere at mobbe hinanden.

Endelig skal man ikke glemme, at internettet ekskluderer de unge, der enten ikke har adgang eller de nødvendige evner til at få et godt udbytte.

### **Generationskløften**

En pointe i denne sammenhæng er også, at brugen af internettet er præget af en asymmetrisk relation mellem generationerne. Unge er bedre end ældre til at bruge internettet. Det er jo som nævnt en selvfølge for dem, hvor vi andre har et andet forhold til nettet. Måske ser vi internettet som en bekvem måde at sende post på, men vi bruger langt fra alle mediets muligheder – her er de unge langt foran. Det kan skabe usikkerhed. Dels usikkerhed, fordi det vender relationen mellem voksen og ung – den unge bliver pludselig eksperten og den som ved "bedst" – og bliver dermed den voksne i relationen til den voksne. Dels kan den voksnes uvidenhed om internettet også medvirke til at skabe mere eller mindre rigtige forestillinger om, hvad der rent faktisk finder sted på internettet. Med andre ord kan uvidenheden og den asymmetriske magtrelation medvirke til en misvisende opfattelse af unges brug af internettet og dermed også skabe mere berøringsangst og frygt end der reelt er grundlag for.

Som Johannes Andersen påpeger i sin artikel, er det nogle gange vanskeligt at pege på, hvor problemerne kommer fra. Skyldes de brugen af internettet eller var de tilstede før? Er nogle unge

# Men opmærksomheden på denne gruppe skal ikke skjule, at der tilsyneladende er en solid mangel på viden om, hvilken påvirkning, om nogen, internettet har på unges tilværelse og livskvalitet. Viden, der går videre end dommedags- og utopiscenarier.

ensomme pga. internettet eller ville de også være det uden internettet? Måske er det nemmere at give internettet skylden for alverdens problemer, fordi det er noget man ikke forstår eller føler sig usikker overfor? Brit Sung-Kyung Kim Bech beskriver i sin artikel dette fænomen, som "mediepanik" og det er egentligt en meget dækkende beskrivelse.

### **Mangel på viden**

Reelt er det faktisk svært at sige noget om internettets betydning for unge. Mange af artiklerne i dette nummer af Ungdomsforskning tager udgangspunkt i forskning af helt unges (for)brug af internettet. Disse unge – tweens, som nogle af forfatterne vælger at kalde dem – er interessante, fordi de er en ny forbrugergruppe, og dermed interessante for f.eks. reklamebranchen. Men opmærksomheden på denne gruppe skal ikke skjule, at der tilsyneladende er en solid mangel på viden om, hvilken påvirkning, om nogen, internettet har på unges tilværelse og livskvalitet. Viden, der går videre end dommedags- og utopiscenarier.

Nu kan det være provokerende at antyde, at udbredelsen af internettet muligvis ikke har haft

nogen betydning for unges liv, men pointen er, at bliver man hængende i sort/hvide holdninger til internettet og dets betydning, bliver det meget uklart hvilken betydning internettet har og om det på nogen måde har ændret ved de gammelkendte sociale skillelinier?

### **Artikler i dette nummer**

I den første artikel diskuterer Johannes Andersen forskellige opfattelser af unges brug af internettet. Han tager fat i to fremherskende perspektiver – dommedags- og utopiscenarioet - som også er blevet diskuteret her, hvor hans pointe er, at man må skelne mellem forskellige måder at anvende internettet på. Forskellige unge bruger internettet forskelligt, og det må medtages i forståelsen af unges forhold til internettet. Andersen opstiller en skelnen mellem de kommunikerende og aktive unge, men mener samtidig, at det er nødvendigt med mere viden om unges aktuelle brug af internettet, og hvilke forskelle der kan spores mht. socialt og politisk engagement.

Derefter følger en artikel af Julie Ekner Koch. En af Kochs pointer er, at unge i dag i stigende grad fravælger traditionelle medier til fordel for



internettet. Samtidig rejser hun spørgsmålet om, hvorledes unge håndterer det store medieudbud. Mere specifikt spørger hun om, hvorledes den generation, der har fået prefixet "zapper", orienterer sig i og bruger det massive udvalg af medier, der er til deres rådighed.

Hun mener, at svaret på dette spørgsmål skal findes igennem en traditionel analyse af de unges sociale baggrunde. Nettet er langt fra klasseneutralt. Det er muligt at du kan lege med din(e) identiteter på nettet, men det sker ikke i et tabula rasa. Den sociale baggrund bestemmer med andre ord, hvorledes unge bruger nettet, og hvilket udbytte de har af det.

"Leg med status og identitet" er overskriften på den næste artikel, hvor Michael Voss interviewer folkene bag netstationen.dk. Netstationen er en af de største hjemmesider med chat for unge i Danmark. I artiklen diskuteres det bl.a. hvor meget de unge rent faktisk bruger internetchat. Set ud fra tallene for netstationen, så er det for hovedparten af de unge forholdsvis beskedent, hvor meget tid de unge rent faktisk chatter om måneden.

I den næste artikel præsenterer Brit Sung-Kyung Kim Bech fra medierådet for børn og unge, deres vurdering af udviklingen indenfor børn og unges brug af internettet og andre nye medier. I artiklen påpeges det, at debatten om børn og unges brug af medier er præget af unuancerede og fastlåste positioner. Positioner, der vel og mærke ikke er fulgt med udviklingen indenfor området, og derfor risikerer at ramme ved siden af.

Birgitte Tufte, der er professor på Handelshøjskolen i København, diskuterer i artiklen "Når unge går på nettet" udbredelsen og brugen af internettet blandt unge. Hun præsenterer endvidere resultater fra forskellige forskningsprojekter, hvor man har forsøgt at afdække de helt unges

brug af og viden om internettet.

Temaet om unge og internettet afsluttes med et interview med folkene bag hjemmesiden arto.dk. Arto er et af mest populære chatsteder på den danske del af internettet. Det er samtidig en side, der har været i mediernes søgelys pga. problemer med mobning og trusler mellem brugerne af siden.

Aktuel forskning bringer denne gang en reportage af Center for Ungdomsforskning's nylige afholdte konference om ungdomskultur, seksualitet og forbrug.

Endelig afsluttes denne udgave af Ungdomsforskning med en omtale af bogen "Drenge-røve" af Bjarne Kim Pedersen.

## Kilder

DR online: Tidslinie for udviklingen af internettet.

*Hvilke konsekvenser har unges brug af internettet? Johannes Andersen mener, man kan identificere både en negativ og positiv vurdering i litteraturen. I den negative vurdering fremhæves det, at brugen af Internettet påvirker unges evne til at gebærde sig socialt, hvor den positive vurdering omvendt fremhæver, at ting lært online kan være meget værdifulde offline.*

# UNGE OG INTERNETTET – IKKE NOGET SÆRLIGT

Af Johannes Andersen

## Unge på nettet

Forestillingerne om hvad der vil ske med de unge, der i timevis sidder klistret til computeren og internettet, er mangfoldige. Nogen hæfter sig ved, at en computer har en skærm, og at den derfor ligner fjernsynet en del. De hæfter sig ved, at de aktive brugere er indadvendte og kun optaget af det, der foregår på skærmen. Her er det med andre ord passivitet, indadvendthed og manglende social omgang med andre, der er det fremherskende udbytte. Andre hæfter sig ved computerens muligheder for interaktivitet, kommunikation og aktiv deltagelse i mangfoldige sociale sammenhænge via nettet. Eksempelvis aktiv deltagelse i et fælles computerspil. Her står aktivitet, sociale erfaringer og omfattende kontakter i centrum.

## Pessimisten

De to forskellige perspektiver på unges brug af computere og internettet har også fået hver deres teoretiske udformninger. Det pessimistiske perspektiv repræsenteres eksempelvis af Andrew Darley, der har undersøgt unges brug af computerspil, og især af computerspillets basale logik (Darley, 2000). Her er en af pointerne, at computerspilleren altid er placeret i realtime, dvs. i nutid. Selvfølgelig gør man sig erfaringer undervejs, men de fungerer først og fremmest som hjælp til, at man kommer videre i nutid. Med jævne mellemrum gemmer man sit spil, så man lige kan gå de der to sekunder tilbage, og starte herfra igen, hvis noget skulle gå galt. På den måde er man altid i nutid. Målet er at kontrollere det spil, der foregår. Ikke en vision om fremtiden. Ikke en fortælling om fortiden.

## **Altid i nutid.**

Denne logik gør ifølge Darley, at det narrative perspektiv på tilværelsen svækkes. Man engagerer sig ikke ud fra en opfattelse af, hvad fortiden betyder for nutiden, og hvad det kan medføre af potentielle goder i fremtiden, men ud fra, hvad man kan opnå her og nu. Er der ikke noget at hente, er man ikke interesseret. Konsekvensen er, at de unge via nettet udvikler en adfærd og identitet, hvor det at være aktiv i nutid er det centrale. Omgivelserne vurderes ikke ud fra sociale kvaliteter, men derimod ud fra deres digitale kvaliteter. Pointen er med andre ord, at de unge via deres engagement i nettet bevæger sig længere og længere bort fra det hverdagsagtige og det sociale, og ind i en identitet, som Darley kalder for ego-sensualisme. Her opfattes modparten som en med- eller modspiller, og vedkommende vurderes ud fra spillets strategiske perspektiver. Ikke ud fra sociale normer. Det betyder, at andre mennesker vurderes ud fra teknologiske standarder. Her er der med andre ord ikke behov for at udvikle sociale eller demokratiske normer, ligesom der heller ikke er grund til at engagere sig i det politiske. Et univers der netop er kendetegnet ved det narrative princip, hvor kampen for det gode samfund er en del af et fælles engagement i fremtiden.

Darleys pointe er altså, at omfattende brug af computere og internettet er medvirkende til at fremme en optagethed af det interaktive, af en nutidsorientering og af en ego-sensualisme, hvor det er følelsen af, at der sker noget spændende her og nu, der er grundlæggende for den identitet, unge internetbrugere udvikler. Forhold der er medvirkende til at svække de sociale normer og interessen for de sociale og politiske omgivelser.

## **Optimisten**

Her overfor kan man lokalisere et mere optimistisk perspektiv, der ser en omfattende brug af

computere og internettet som grundlaget for at udvikle sociale kompetencer og engagement i omgivelserne. Et perspektiv der bl.a. repræsenteres af Don Tapscott (1998). Hans første pointe er, at de unge der er vokset op med computere, er den første generation, hvor de unge ved mere om et ret centralt emne end de voksne. Derfor har de allerede på forhånd en række redskaber, der skal til for at kunne stille spørgsmål til og udfordre computeren. De er med andre ord mere kritiske overfor computeren end de naive voksne, der har problemer med at få skidt til at fungere. En kritisk sans der ifølge Tapscott er en væsentlig forudsætning for at kunne forholde sig aktivt og konstruktivt til fremtiden.

Dertil kommer, at de udvikler intellektuelle og sociale kompetencer, som gør det muligt for dem at kommunikere mere med omgivelserne, end man tidligere har set. Fra nettet lærer de, hvordan man kan holde mangfoldige kontakter åbne hele tiden. De kan holde en kommunikation kørende, selv om den foregår i brud og bliver afbrudt af andre, der også lige skal kontaktes. Derfor er de også bedre i stand til at kunne begå sig i en kompleks social verden. På nettet lærer de unge at respektere og tolerere forskellighed og mangfoldighed samtidig med, at de udvikler selvtillid og vigtige kompetencer. Endelig finder de nye veje for selvudvikling. Noget der vil hjælpe dem senere i tilværelsen.

Endelig er disse sociale kompetencer og denne selvstændighed medvirkende til, at de også udvikler en stor interesse for samfundet og for medmennesker. Her ligger grundlaget for en omfattende politisk interesse og for et omfattende demokratisk engagement. Samtidig er det selvstændige personer, der ikke nærer den store tillid til eksempelvis politikere. De har en sund kritisk distance til myndigheder og andre, der påberåber sig en vis form for autoritet og bedreviden. Altså en kritisk distance til eliter.

## Hvad holder vand?

Spørgsmålet er nu, hvilket af de to perspektiver, der holder mest vand. Noget der naturligvis er meget vanskeligt at teste, for det er meget vanskeligt at sige noget om, hvad der kommer først. Hvis det nu er sådan, at man bruger alt sin tid på at sidde ved en computer, for at spille og chatte med gud og hvermand, skyldes det så, at man har fået en dårlig social stimulering i sin barndom, og derfor er indadvendt, eller skyldes den indadvendte adfærd, at man bruger megen tid på computeren. Påvirkningen kan gå i begge retninger uden, at man kan afgøre, hvilken retning der er den vigtigste. Derfor er det vigtigste man kan opnå med eksempelvis en undersøgelse af kvantitative data, at der kan lokaliseres sammenhænge mellem sociale normer, interesse for politik og tidsforbrug ved en computer og internettet. Og på den måde kan man muligvis opnå en fornemmelse af, hvilket perspektiv der tæller mest.

I forbindelse med projektet om Medier og Demokrati i Netværkssamfundet (MODINET), er der

blevet lavet en kvantitativ dataindsamling, baseret på repræsentative interviews. Med udgangspunkt i denne undersøgelse kan man i første omgang få en fornemmelse af, hvor mange af de unge, der overhovedet er indfanget af deres computer og adgangen til internettet. Det fremgår af figur 1, der er baseret på en kombination af to meget centralt internet-aktiviteter, nemlig spil og chat.

Den mest omfattende brug af internettet finder man hos dem, der både chatter og spiller. Og MODINET-tallene viser, at denne gruppe omfatter 16 pct. af de unge. Det er de aktive internetbrugere, og mere end halvdelen af dem har et ugentligt tidsforbrug ved internettet på over 10 timer. Så er der to andre grupper, der også er ret aktive ved nettet. For det første er der dem, der først og fremmest spiller, og de udgør 20 pct. af de unge. For det andet er der de kommunikerende, og de udgør 11 pct. af de unge. I disse to grupper er det omkring en tredjedel, der bruger mere end 10 timer om ugen ved nettet. Endelig er der en gruppe unge, der ikke for alvor benyt-

<b>Figur 1. Typologi over internetkulturer hos unge (18-29 år), 2004.</b>			
		Brug af internettet til deltagelse i diskussionsgrupper, chatgrupper el. lignende.	
		Ja	Nej
Brug af internettet til spil og til at downloade spil, musik og film	Ja	<b>De aktive.</b> Internetbrugere der er aktive med såvel kommunikation, diskussion og spil. 16 pct. af de unge.	<b>De underholdningsorienterede.</b> Internetbrugere der er aktive med spil og underholdning. 20 pct. af de unge.
	Nej	<b>De kommunikerende.</b> Internetbrugere der er aktive med diskussion og chat på nettet. 11 pct. af de unge.	<b>De passive.</b> Unge der ikke benytter sig af Internettets muligheder for spil, chat og diskussion. 53 pct. af de unge.

ter sig af disse muligheder. De udgør mere end halvdelen af de unge. Det kan med andre ord godt være, at de unge har et fortrin frem for de voksne, når det drejer sig om at bruge computere, men det er altså kun et mindretal af dem, der har dette fortrin.

I forlængelse af de indledende teoretiske overvejelser er det med andre ord interessant at se nærmere på hhv. de aktive og de kommunikerende for at se i hvilken udstrækning, de udvikler hhv. tendenser til ego-sensualisme og til engagement i forhold til omgivelserne.

### **De aktive**

Den første antagelse skulle således gå ud på, at netop hos de aktive kan man spore de træk, som Darley har lokaliseret. Og man kan faktisk også overordnet set hos de aktive lokalisere en selvopfattelse, der er præget af ret individualistiske træk. Det er en gruppe, der gerne vil træde i profil, og gerne vil sætte dagsordenen for andre. Men når det drejer sig om at deltage i samfundet og i politik, udviser man det samme engagement som andre unge. Samtidig kan man godt lide, at der er gang i den på skærmen, at der er spændende lyde og åbent for interaktivitet. Man kan med andre ord godt lokalisere en kultur, der har visse fællestræk med den form for ego-sensualisme, Darley har beskrevet. Men den er altså ikke ensbetydende med en snæversynet kultur, uden interesse for samfundet og det politiske.

### **De kommunikerende**

Den anden antagelse skulle gå ud på, at man hos de kommunikerende kan spore de træk, som Tapscott har udfoldet. Altså en tæt sammenhæng mellem en meget aktiv kommunikation via nettet og en aktiv forholden sig til det omgivende samfund. Hos denne gruppe kan man kun i begrænset udstrækning spore de mere individualistiske træk, man finder hos de aktive.

Her finder man også en relativt høj tolerance-tærskel overfor andre, og et stort engagement når det drejer sig om at kommunikere og om at indgå i netværk med andre. På den måde kan man sige, at Tapscott måske har fat i noget. Men når det drejer sig om engagement i samfundet og i politik, adskiller denne gruppe sig heller ikke fra de andre unge.

Det åbner for en vigtig pointe. Der kan godt nok lokaliseres ret forskellige internetkulturer hos de unge. Kulturer der til en vis grad svarer til de antagelser, som hhv. Darley og Tapscott har fremsat. Men med den afgørende pointe, at begge har fat i noget. På den anden side må man også slå fast, at deres pointer kun gælder for en meget begrænset del af de unge, og kun i meget begrænset udstrækning. Man kan således ikke grundlæggende sige, at et stort tidsforbrug ved nettet fører til enten selvoptaget individualisme eller social kollektivitet. Dertil er tendenserne for svage, og fællestrækkene hos de to grupper for store, når det drejer sig om socialt og politisk engagement.

*Johannes Andersen er lektor og samfundsforsker ved Aalborg Universitet.*  
[www.socsci.aau.dk/~johannes](http://www.socsci.aau.dk/~johannes)

### **Referencer**

- Darley, 2000      A. Darley. Visual Digital Culture. Surface play and spectacle in new media genres. London. Routledge. 2000.
- Tapscott, 1998      D. Tapscott. Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation. New York. McGraw-Hill. 1998.

*Ofte bliver unge i dag karakteriseret som "zapper-generationen". Julie Ekner Koch stiller det interessante spørgsmål om, hvorledes unge, der er vant til at vælge – zappe – håndterer det massive udvalg af forskellige medier, der er til deres rådighed i hverdagen. Hun peger på, at unge i stigende grad fravælger de traditionelle medier til fordel for medier, hvor de selv kan vælge og påvirke indholdet, som f.eks. internettet.*

# DET ER DET DE UNGE VIL HA'!

Af Julie Ekner Koch

Unge fra 15-30 år bliver kaldt sampler- og zappergenerationen.

For det meste er det negativt ment, for eksempel når en alt for stor gruppe unge zapper fra den ene uddannelse til den anden, og aldrig får færdiggjort nogen af dem. Men hvis det er rigtigt, at unge i dag zapper fra det ene til det andet, hvordan kommer det så til udtryk i deres mediebrug og sociale liv?

Denne artikel handler om, hvordan de unges samplertendenser smitter af på det generelle mediebillede, der i disse år er præget af, at mediebrugerne vil bestemme selv. Samtidig præger de unges mediasampling deres indbyrdes sociale relationer. En stor gruppe af de unge

er mediekompetente og individualistiske, og de bruger medierne til at styrke deres identitet og sociale status, mens de mindre medievante betragtes som passive og asociale.

### 'Når jeg vil'-medier

Individualiseringen er en tendens, der går igen i mange områder af samfundet. Det viser sig blandt andet ved, at unge vælger medier med mulighed for individualiseret brug til. Det gælder især internettet og mobiltelefonen. Medier som tv, der i højere grad er pakkedøsnings-medier med faste programpunkter, vælges derimod fra af zappergenerationen.

Ifølge direktør i DR-Interaktiv Sofus Midtgaard, er det en generel tendens, at 'publikum' bliver

mere fragmenteret, og at brugerne kræver mere kontrol og fleksibilitet. Især de unge mediebrugere vil have 'når-jeg-vil'-medier, altså medier, der både indholds- og formmæssigt tilpasser sig de individuelle behov .

Det er derfor tv i disse år oplever et markant fald blandt de unge . De unge ser selvfølgelig stadig masser af tv, men de opfatter det som afslapning og foretrækker at se en dvd, hvor de selv kan bestemme tid og sted. Tv-mediet er for passivt og for skemalagt til at matche de unge mediebrugeres behov.

Disse behov opfyldes bedre af medier, der enten giver fleksibilitet, fx. dvd, eller udfordrer de unge ved, at de selv skal være aktive, fx. internet.

### **Unge på kryds og tværs**

En ny rapport fra Kulturministeriet om danskerne kultur- og mediebrug viser en tendens til, at grupperne i alderen 16-19 år og 20-29 år i langt højere grad end andre generationer henter deres egen musik og film på nettet. Samtidig er det de grupper, der mest udtalt bruger medierne på kryds og tværs.

Rapporten viser et generelt billede af, at unge fravælger passiv tv-kigning og i stedet tilvælger medier som internettet, der kræver en mere aktiv og individualiseret brug. Brugen af computeren i fritiden har ifølge rapporten ændret sig, og det er blevet mere udbredt at bruge internettet: 80 % bruger nettet i 2004, hvorimod kun 32 % brugte nettet i fritiden i 1998.

De 16-19-årige og de 20-29-årige bruger primært internettet til informationssøgning og downloading af musik, film, artikler og litteratur. 46 % af de 16-19-årige og 30 % af de 20-29-årige downloader musik.

Nettet bruges meget konkret til at hente infor-

mation til for eksempel skolen og fritidsaktiviteter, men de unge bruger også nettet til at sammensætte individuelle film- og musikdatabaser, som de derefter bruger i sociale sammenhænge.

### **Remix-kultur**

Inden for medieteorien taler man om, at der over de sidste to årtier er opstået en remixkultur inden for musik, film og grafisk design . I kraft af teknologisk fremskridt og øget båndbredde har almindelige forbrugere adgang til selv at remixe deres egne medieprodukter. Det kommer til udtryk i de individualiserede musikbiblioteker (fx iTunes, hvor brugeren selv sammensætter sine musiknumre og deler dem med andre brugere) og i personlige websites med hjemmeredigeret film- og fotocollager.

Remix-kultur kan ligeledes opfattes som en strategi til at håndtere en oplevelse af øget risiko i det senmoderne samfund. At samle sine egne input fra medierne kan ses som en måde dels at positionere sig socialt, dels at skabe sammenhæng i omverdenen. Vi kan enten drukne i store mængder information, eller vi kan navigere, sortere og re-materialisere informationerne og på den måde opnå en øget kontrol med de input, vi modtager.

### **Vis mig dit iTunes-bibliotek...**

Den måde, unge håndterer medierne på, giver derfor et fingerpeg om deres sociale status. Opsplitningen mellem de mediekompetente unge og ikke-mediekompetente unge er blevet dybere, fordi det blandt andet er gennem mediebrugen, at man viser hvem man er.

Man har i de senere år talt meget om 'information overload' som en fare fra informationsfundet. Men der er både gode og dårlige ting forbundet med informationsbombardementet. Hører man til dem, der kan håndtere flertydighed og fragmenterede informationer, giver den

## Vi kan enten drukne i store mængder information, eller vi kan navigere, sortere og re-materialisere informationerne og på den måde opnå en øget kontrol med de input, vi modtager.

megen information kun frihed. For individer, der konstant afprøver deres selvfortælling mod en fragmenteret omverden, kan flertydighed enten være en udfordring og en leg – eller det kan være årsag til frustration.

De individer, der er mest mediekompetente og håndterer mest information, er samtidig dem, der har det mest aktive liv udenfor skærmen. Den gruppe, der klarer håndteringen af information godt, er altså også dem, der er bedst til at slukke computeren og have et aktivt socialt liv.

### Medierne og social status

De unge bruger medierne til at styrke deres position i deres sociale netværk. En pige fortæller, at det er værdifuldt for hende at kunne diskutere de film, nyheder og serier, hun har set, med sin omgangskreds:

*'Vi snakker både om serier og om information. Hvis man har set et eller andet specielt eller absurd, noget der har gjort indtryk som fx krige, så diskuterer vi det.'*

Ved at trække bestemte ting frem for andre – noget specielt eller absurd – styrker hun sin sociale status. Omvendt er der måder at bruge medierne på, fx. Avatarchat (chat, hvor deltagerne repræsenteres grafisk), som hun kun vil røre, hvis veninderne gør det:

*'Hvis nogle veninder begyndte at bruge det (avatarchat), så kunne det være, at jeg godt kunne se det fede i det. Jeg synes bare tit, at man tænker – det er nok nogle fordomme – men at det er nogle personer, der nok ikke har så meget socialt udover. Så foretrækker jeg at være sammen med mine veninder.'*

Hun – og flere andre unge jeg har talt med – bruger medierne meget konkret til at søge information til opgaver etc. De vil hellere være sammen med deres venner end at spille computerspil, og for at fange deres interesse skal det være oplagt, hvad relevansen er for dem. Det bekræfter forestillingen om, at de unge, der er mest mediekompetente, også er dem, der har det mest aktive liv udenfor skærmen. Skræmmebil-



ledet med en hel generation, der lever virtuelle liv i cyberspace, er tilsyneladende bare endnu en science fiction-fantasi.

Tværtimod viser både Kulturministeriets rapport, DR-Interaktivs undersøgelser og mine egne interviews, at de foretrukne måder at bruge internettet på, er nogle, der opleves som fagligt relevante og giver social status i de unges netværk. Mediebrug, der derimod associeres med en passiv eller asocial livsstil som fx. avatarchat, holder man sig langt væk fra.

*Julie Ekner Koch er specialestuderende ved Roskilde Universitetscenter, og tilknyttet Learning Lab Denmark ved Danmarks Pædagogiske Universitet.*

## Referencer

Bolter, Jay and Grusin, Robert: Understanding New Media. MIT Press, 1999.

Florida, Richard: The Rise of the Creative Class. Basic Books, 2002.

Giddens, Anthony: Modernitet og selvidentitet. Hans Reitzels Forlag, 1996.

Illeris, Knud m.fl: Ungdom, identitet og uddannelse. Roskilde Universitetsforlag, 2002.

Kulturministeriet: Danskernes kultur- og mediebrug 2004.

Manovich, Lev: The Language of New Media. Leonardo Books, 2001.

Scott, Anne Sørensen & Kampmann, Bo Walther: Cyberflux. Odense Universitetsforlag, 2001.

Turkle, Sherry: The second Self – computers and the human spirit. Touchstone, 1984.

Turkle, Sherry: Life on screen – identity in the age of the internet. Touchstone, 1997.

Ziehe, Thomas: Ambivalenser og mangfoldighed. Politisk Revy, 1989.

*På [www.netstationen.dk](http://www.netstationen.dk) chatter de unge ikke bare sammen. De opbygger nye identiteter og udvikler personlig status i forhold til andre faste brugere. Men netstationen trækker ikke de unge væk fra virkeligheden og de personlige kontakter, siger redaktør Malene Kristensen.*

# Leg med status og identitet

Af Michael Voss

*"Nu har du muligheden for at chatte med Per Vers! Per Vers kommer ind og chatter d. 29. maj kl. 16:00 i Højhuset!*

*Der er plads til, at cirka 30 kan stille spørgsmål ad gangen. Hvis du er "tilskuer", er din bruger usynlig.*

*Du bliver smidt ud, hvis du forstyrrer chatten ved at skrive volapyk, gentage dig selv eller "bande & svovle"."*

Det kunne man den 20. maj læse i Bloom News. Bloom News er en af Højhusets aviser. Bloom News udgives og redigeres, ligesom Højhusets andre aviser, på eget initiativ af en af Højhusets beboere. Beboerne i Højhuset er de samme som brugerne på netstationen.dk. Og dem var der 100.000 af i maj måned.

Netstationen er en af de hjemmesider, hvor unge chatter med hinanden, og det er en af de ældste af slagsen. Den blev oprettet i 1996 af TV2's ungdomsprogram Puls, men blev siden købt af sol.dk, der igen for et par år siden blev købt af Eniro.

I dette interview fortæller Malene Kristensen, hvem der bruger netstationen.dk, hvad de bruger den til, og hvilke overvejelser omkring ansvar og udvikling stationen har gjort sig.

Malene Kristensen er uddannet cand.mag. i informationsvidenskab. Før hun for halvandet år siden kom til netstationen.dk, var hun ansat hos Yahoo.

## Vælg din egen frisure og køb din egen sofa

Chatten er den afgørende funktion på netstationen.dk.

"Men chatten er meget andet end udveksling af ord," forklarer Malene Kristensen.

"Netstationen er en grafisk chat. Det betyder, at chatten mellem brugerne foregår på baggrund af den identitet, de har opbygget på stationen. Her kan de skabe deres eget udseende, og de kan indrette deres egen lejlighed i Højhuset med møbler og andet. "Pengene" opsparer de, hver gang de er inde på stationen."

"Brugerne opretter også deres egne vennelister, og når en af dem går ind på siden, kan alle på vennelisten se, at de er on-line."

"Netstationen.dk har 100.000 unikke brugere om måneden," fortæller stationens redaktør. En unik bruger er en lillepenne målestok for, hvor mange forskellige personer der er inde på siden. Lillepenne, fordi en enkelt bruger kan logge ind om formiddagen fra skolen, om eftermiddagen fra biblioteket og om aftenen hjemmefra – og tælle som tre unikke brugere. Omvendt tæller det kun som én unik bruger uanset hvor mange elever, der logger på fra en skole-computer.

## Få skærmnørder

"Vores målgruppe er de 12-18-årige, og det er mit indtryk, at hovedparten af brugerne er mellem 12 og 15 år. Men vi har også en del forældre, der logger ind som gæstbrugere for at følge lidt med i, hvad der foregår.

Hvor mange unge, som har oprettet en brugerprofil, må Malene Kristensen ikke oplyse. Netstationen er kommerciel virksomhed. Den finansieres af reklamebannere, og den konkurrerer med andre hjemmesider. Derfor holder man igen på nogle informationer.

Til gengæld må hun godt fortælle, hvor længe brugerne normalt er på. Oplysningen falder som svar på en af voksengenerationens traditionelle bekymringer over de unges internet-chat: Trækker chatten dem væk fra virkeligheden og den direkte personlige kontakt med andre unge?

"I gennemsnit er hver bruger logget på 3-4 gange om måneden, og et gennemsnitligt besøg varer omkring 45 minutter, så for de fleste opsluger det ikke hele deres fritid.

Jeg er selv jævnligt logget ind og snakker med de unge, og det er mit klare indtryk, at de er meget bevidste om, at de ikke skal sidde ved skærmen hele tiden. Ofte forklarer de hinanden, at de også skal have interesser uden for Højhuset, og jeg siger det selv, når jeg er på.

Faktisk kan besøg på netstationen godt være en social aktivitet. De sidder ved skolens computer og viser hinanden, hvad de har købt, og hvordan de har indrettet sig."

Malene Kristensen har registreret, at det især er en lille gruppe "ældre" brugere, der er rigtig meget på nettet. Ældre i form af, at de har været brugere i mange år, men også ved, at de er i 18-20 års alderen. Hun tilføjer:

"Omvendt kan man jo også sige, at så længe de chatter på internettet, hænger de ikke på gadehjørnerne."

## God opførsel giver høj status

Men hvad er det for behov, de unge får opfyldt ved at chatte på netstationen?

"De får en mulighed for at snakke med jævnaldrende, både nogle de kender uden for chatrummet, og nogle de kun kender via internettet," siger Malene Kristensen.

"Men lige så vigtigt er legen. De leger med stedets muligheder, og de leger med identiteter.

Både med ord og ved hjælp af de forskellige grafiske redskaber kan de opbygge en identitet, som ikke nødvendigvis er den, de præsenterer i virkeligheden.

Her går de ind i et lille virtuelt samfund, hvor de kan være næsten den, de vil. De kan oven i købet skifte køn.”

Malene Kristensen fortæller, at 60-70 procent af brugerne er drenge.

”Mange af drengene opretter også en pigeprofil og leger med den identitet.”

### **Status er et vigtigt begreb i Højhuset.**

”Mange års anciennitet og mange timers log-in giver høj status, og de køb og den indretning, de foretager, påvirker deres status.

Men det betyder også noget, hvordan de opfører sig. Mange voksne er bekymrede for det rå sprog blandt børn og unge. Hvis vi opdager sådan noget, kan vi gå ind og lukke en bruger. Men nok så vigtigt er det, at de unge selv reagerer mod det, og at det ødelægger ens status, hvis man ikke taler og opfører sig ordentligt. F.eks. når de anti-tester hinanden.”

Her bevæger Malene Kristensen sig ind i det særlige sprog, som anvendes på netstationen.

”Brugerne skaber deres egne ord og begreber, som kun erfarne brugere kender. At være anti er positivt. Det betyder nærmest at være til at stole på.

De anti-tester hinanden ved f.eks. at udlåne et af de grafiske elementer, de har i deres lejlighed. Hvis den anden afleverer tilbage, har han bestået anti-testen, og er anti. Hvis han beholder det, bliver han hængt ud og ødelægger sin status.”

### **Gode råd om kærester og forældre**

Unge, der klikker ind på netstationen, har andre muligheder end at lege og chatte. På en særlig debat-afdeling diskuterer de unge traditionelle teenage-problemer som sex, kærester og problemer med forældrene, men også politik, religion og videnskab.

”I debatterne er stilen generelt mere seriøs. Brugere, der skriver ind om uopnåelige kærester, får gode råd fra andre, der har været i samme situation. De tager hinanden alvorligt, og der er ikke mange ”du er en tudeprins” typer af indlæg, og dem fjerner vi i øvrigt, når vi opdager dem. Det er noget færre, som diskuterer politik og religion og den slags, og det er mit indtryk, at de ofte er lidt ældre, f.eks. gymnasieelever. De samme kommer ofte igen og diskuterer nye emner, men fra samme politiske grundstandpunkt.”

Netstationen tilbyder også tre brevkasser om sex, om uddannelse og om åndelige emner. Sexbrevkassen er den mest opsøgte. Dernæst kommer uddannelsesbrevkassen, som får mellem 30 og 50 spørgsmål om måneden. Endelig er der quiz'er, hvor man kan vinde CD'er eller andre eftertragtede genstande. Man kan også vinde nogle af de grafiske elementer, man ellers betaler med virtuelle penge.

### **Ulovligheder på nettet**

Med mellemrum beretter medierne om pædofile, der opererer i chatrooms.

”Vi gør en hel del for at advare brugerne mod pædofile eller andre, der går ind på netstationen under falske forudsætninger,” fortæller Malene Kristensen.

”Vi har en side med redaktionel tekst, hvor vi forklarer, hvad de unge skal være opmærksomme på, og at de skal melde det til os, så snart de støder på noget mistænkeligt. Vi linker også til Red Barnets hjemmeside sikkerchat.dk.

Derudover logfører vi alt, hvad der foregår på stationen i tre måneder, så politiet i givet fald kan gå tilbage og bruge det i efterforskningen. Men indtil nu har vi ikke haft nogen tilfælde overhovedet. Jeg tror, at kulturen på netstationen er med til at bremse det. En gæstebruger uden egen brugerprofil bliver ikke taget alvorligt. Skal man virkelig i kontakt med vores unge brugere, skal man ikke bare have sin egen profil, men også en forholdsvis høj anciennitet på siden. Ellers forstår man heller ikke sproget, og man vil hurtigt falde igennem.”

Er den ”sociale kontrol” effektiv på netstationen, så har enkelte brugere til gengæld svært ved at håndtere skellet mellem virkeligheden og det fiktive liv i Højhus-samfundet. I en af Højhusets aviser kan man læse en artikel, der beretter om påståede ulovligheder via netstationen. Artiklen indeholder et interview med en person, som hævder, at han har organiseret bestemte ulovlige aktiviteter, først i Højhusets fiktive univers, dernæst i form af faktiske møder og faktisk udveksling af penge.

Malene Kristensen er overbevist om, at der er tale om fiktion:  
“Jeg har svært ved at forestille mig, at det skulle finde sted uden, at vi havde fået et tip om det. De unge skriver ofte artikler baseret på noget, de selv har fundet på, bl.a. sjove, opdigtede historier om os fra redaktionen.

Hvis historien var sand, lyder det meget underligt, at personen selv har bedt om at blive interviewet, da han ved, at vi logger både IP numre og samtaler.

Vi vil selvfølgelig melde personen til politiet, hvis vi finder ud af, at der er grundlag for det. Mange af vores brugere snakker allerede om, at artiklen er falsk, og det er også mit umiddelbare synspunkt.”

### **Sløret udvikling**

Netstationens besøgstal har været nogenlunde stabilt de seneste par år. Den eneste danske konkurrent med grafisk chat er en hel del mindre. Alligevel er konkurrencesituationen hele tiden nærværende. Det er ikke meget, Malene Kristensen kan fortælle, hverken om fejlslagne udviklingsforsøg eller om kommende nyskabelser. ”For et stykke tid siden skabte vi et Peter Pan event. Det udløste nogenlunde det sædvanlige brugertal for den slags, men vi fik nogle reaktioner fra unge, der syntes, at det var for barnligt. Netop nu har vi en konkurrence, hvor man ved at samle tre nøgler kan vinde maling til sin lejlighed. Her gav vi mulighed for at prøve om igen. Resultatet har været, at nogle synes, det er sjovt at samle hundredvis af nøgler, bare for at have dem, og konkurrencen har været ved at bryde sammen.

Det bliver mest nye grafiske elementer til lejlighederne, vi vil arbejde med i den nærmeste fremtid...”

*Michael Voss er freelancejournalist og skriver jævnligt for Ungdomsforskning.*

*Er debatten om unges brug af internettet i fare for at køre af sporet? Ja, mener Brit Sung-Kyung Bech, det er en nærliggende risiko, da debatten ofte er præget af fastlåste og unuancerede positioner, der ikke er fulgt med den teknologiske udvikling og de unges aktuelle brug af de nye medier.*

# Beskyttelse af børn og unge i netværkssamfundet

Af Brit Sung-Kyung Kim Bech

Vi er i Japan - Michiko og Masako - to unge teenagepiger er ude og shoppe. Den sidste nye mobiltelefon - en 4. generationsmodel - er tændt, og med den kan de få præcis de informationer, de har brug for.

Det vigtigste er selvfølgelig at få at vide, hvor den nærmeste McDonalds ligger, og hurtigt dukker et kort over byen op på den lille skærm på mobiltelefonen. Men nu de er hjemmefra - nu de er uden for far og mors kontrol - så er det jo også sjovt at se billeder af flotte og frække mænd, hente de sidste nye vittigheder ned eller se et par filmtrailere for de nyeste voldsfilm, alt sammen leveret mod god betaling selvfølgelig.

Netværkssamfundet stormer frem. Internettet er allerede "stenalder", nej nu hedder det "Ever-

net". I Japan kan man nu uafhængigt af tid og sted koble sig på nettet, nettet er overalt. Børn og unge kan nu selv vælge, hvilket medieindhold de vil modtage, hvor og hvornår.

**Diffuse grænser i den mobile arkitektur**  
"Hvor er du?" og ikke "Hvad laver du?" er åbningsspørgsmålet, når mobilen ringer. Trådløse netværk i kombination med mobilen gør, at vi kan komme i kontakt med hinanden 'anytime, anywhere'. Den traditionelle sammenhæng mellem funktion og rum er ved at sløres. Vi kan gå på gaden og ringe op eller skrive en sms, hvor man før var bundet til en telefonboks eller et kontor for at benytte sig af en telefon. Vores hverdagsliv sker for en stor del i en 'mobil arkitektur', som opstår ved vores brug af mobilen og trådløse netværk. Det er en ikke-synlig

arkitektur, hvor vores aktiviteter fremstår umiddelbart synlige for omgivelserne.

For børn og unge kan denne tendens medvirke til at sløre grænsen mellem privat-offentlig, ude-hjemme og skole-fritid. Børn er mere optaget af det sjove ved at bruge mobilen til at kommunikere med, og de lægger ikke mærke til, at konteksten ændres i takt med, at de bevæger sig fra sted til sted. Det er dermed blevet væsentligt at tage højde for, at den høje grad af mobilitet og trådløse forbindelser kan medvirke til at gøre børn og unges opfattelse af grænser mere diffus. Ved at definere nogle tidsrum for brug af mobil og Internet, etableres en rytme, som kan hjælpe børn med at orientere sig og være opmærksom på, hvor de befinder sig. Dermed øges også opmærksomheden på, hvilke spilleregler som er gældende for det rum, hvori de befinder sig.

Industrisamfundets forestillinger og holdninger til børnebeskyttelse er således blevet forældet, mediepolitikken er kommet i krise.

### Videnscenter

Derfor har Medierådet for Børn og Unge, som videnscenter for børn og unges brug af film, internet, mobil og online computerspil, taget initiativ til at samle og styrke samarbejdet indenfor relevante partnere omkring børns ret til sikker Internet. Dette samarbejdsnetværk består af væsentlige aktører fra undervisningsinstitutioner, brancheorganisationer, frivillige foreninger, myndigheder og forskningsinstitutioner. Endvidere er Medierådet en del af Insafe, som er et netværk af europæiske videnscentre fra i alt 19 lande.

### Usikker debat

Debatten om børn og unges brug af de nye medier føres derfor i den danske offentlighed med stor usikkerhed og til tider fastlåste positioner.

Under overfladen gemmer der sig to grundlæggende syn på børn, unge og medier, der står stejlt overfor hinanden. Det ene børne/mediesyn opfatter børn som "kompetente" og ser medierne som vigtige "redskaber" og "ressourcer" i børns liv. Det andet børne/mediesyn ser børn som "stakkels" og medierne som noget, der "hjernevasker" børn.

Begge tilgange kan problematiseres. Figuren "Det kompetente barn" får den konsekvens, at vi som voksne blot lader stå til uden at tage et egentligt ansvar for børn og unges opdragelse og opvækst. Det klarer den almindelige (medie)socialisering da - børn er jo så kompetente. "Det stakkels barn" som "hjernevaskes" af medierne er på den anden side tydeligvis en position, der slet ikke har kontakt med almindelige børns hverdagsliv og brug af nye medier i dag.

Med afsæt i disse to grundlæggende børne/mediesyn kan vi i dag i den offentlige debat se fire forskellige holdninger til børns mediebrug:

- at beskytte børn mod medierne
- at opdrage børn til medierne
- at tilfredsstille børns behov for (kvalitets) medier
- at deltage sammen med børn og de nye medier

Af disse fire positioner er det især "beskyttelsespositionen", der er kriseram. I Industrisamfundet var "børnebeskyttelse" lig med kontrol med indhold og distribution af medierne. Den tidligere filmcensur stod centralt i dette arbejde, og kontrollen bestod enten i "cuts" i det fysiske produkt filmen, eller i en klassificering af filmen i alderskategorier og en efterfølgende kontrol ved biografindgangen. Samfundets "børnebeskyttelse" bestod i at være "gatekeepers" overfor børns mediebrug, i biografen, i hjemmet, i skolen.

Dette kunne lade sig gøre, da mediebrug i industrisamfundet var knyttet til reception af fysiske produkter - et bestemt sted og ofte på et bestemt tidspunkt som de voksne kunne kontrollere. Med de nye digitale medier og udviklingen hen i mod et "Evernet" er disse forudsætninger ikke længere til stede.

### **Fremtidens mediepolitik**

Fremtidens mediepolitik kan ikke tage udgangspunkt i en enkelt position men må bygge på en flerhed af initiativer:

For det første afløser de nye medier ikke de gamle medier. Evernet og interaktive medier afløser ikke biografen, TV'et, videoen og bogen. Samfundet kan derfor stadig i forhold til udvalgte medier fastholde en "gatekeeper-funktion". Vi kan stadig have aldersklassificeringer i biografen. Der er stadig god mening i, at TV sender de mest skræmmende film sent om aften. Vi kan stadig i skoler og på biblioteker holde øje med børns og unges adfærd på nettet. Vi kan stadig have en - om end begrænset kontrol - med børns og unges adfærd i tid og rum, hvis vi ønsker det.

For det andet må man i Danmark satse langt mere målrettet på at udvikle børns mediekompetencer. Vi må starte ikke mindre end "den anden alfabetiseringskampagne".

I "den første alfabetiseringskampagne" lærte vi i skolen børn at indkode og afkode dvs. læse, skrive, aflæse billeder, producere billeder mm.

I "den anden alfabetiseringskampagne" handler det om at udvikle evnen til at fravælge information. Evnen til at skelne - evnen til at vælge fra - bliver fremtidens vigtigste mediekompetence. Som støtte til børn, unge og voksnes eget fravalg af uønskede medieprodukter er det samtidig meget vigtigt, at man fra samfundets side politisk støtter udviklingen af "Portaler" i

bred forstand. Dvs. steder hvor børn, unge og forældre kan hente vejledende vurderinger af, hvilken aldersgruppe et givent medieprodukt er egnet for.

Medierådet for Børn og Unge arbejder for øjeblikket intenst med at blive en sådan "Portal", hvor børn, forældre og andre kan hente information samt praktisk vejledning om film, mobil, Internet og computerspil. Vejledende ekspertvurderinger fra TV-stationer, filmklubberne mm., er andre vigtige initiativer.

For det tredje må vi som samfund støtte udviklingen af "kulturelle legepladser" for børn. Præcis som børn hellere vil lege på en god legeplads end på motorvejen, søger børn i dag på nettet hen de steder, hvor det er "børnefedt" at være. Udviklingen af en række "børnecommunities" på nettet - som f.eks. DR's hjemmeside "SKUM" - er her et skridt i en rigtige retning, men også børnefilmklubber kan opfattes som en "kulturel legeplads", hvor børn søger hen, hvis der vises nogle gode film, der er egnet for aldersgruppen.

For det fjerde må vi som voksne forsøge at overvinde den generationskløft, der for øjeblikket eksisterer mellem børn og voksne, en generationskløft, der er opstået fordi en række nye medier er udviklet efter, at vi selv er blevet voksne. Børns legemønstre er i dag ændret fra de lege, vi kendte som barn til, at det nu er de nye medier, der bruges som legeredskaber. Det har tidligere været en central holdning hos voksne, at det var vigtigt at deltage sammen med børnene i nogle af deres foretrukne legeaktiviteter. Vi har spillet fodbold og bagt med ungerne.

Tiden er nu kommet til, at vi også engang imellem spiller et computerspil med vores unger. En start her kan være, at vi begynder at interessere os for, hvad børn spiller og iagttager vores børn, når de spiller. Vi vil hurtigt opdage, at socialt



.....

samvær, sjov og ballade, koncentration og engagement er børns tilgang til de nye medier, men samtidig får vi også mulighed for at diskutere med børnene og evt. opstille nogle nødvendige grænser.

Da antallet af biler ved industrisamfundets begyndte at stige i byerne, kom "trafiksikkerhed" for børn i fokus. Fra politisk side valgte man dengang en pragmatisk løsning med en flerhed af initiativer. Vi beskyttede børn mod trafikken, hvor det kunne lade sig gøre. Forældre og skole udviklede sammen børns kompetencer til at begå sig i trafikken. Vi informerede overalt, hvor vi kunne med vejskilte og stoplys. Vi indrettede gode legepladser, så børn ikke behøvede at spille bold på gaden, og vi deltog sammen med dem i nogle af deres fritidsaktiviteter.

### **SunQueen og Halesnuseren**

Medierådet gik derfor ind på børnenes præmisser da de udskrev konkurrencen, 'Sikker internet Magi og Venskaber' på Safer Internet Day 2005 den 8. februar. Her blev børn og unge inviteret til at skrive om en rejse i Internettets og mobilens univers ud fra deres egne erfaringer med medierne.

De indsendte bidrag viser, at børn og unge kender til sikker adfærd på nettet og viser, hvordan det virker bedst, når det er børn selv, der advarer andre børn om nettets farer.

En historie der er skrevet af en 9-årig dreng, personificerer nogle af sikkerhedsproblemerne med karaktererne, Halesnuseren, virusulvene og den store Strømafbylder, som hovedpersonen bekæmper og overvinder ved hjælp af magi og heltemod.

Vinderhistorien, SunQueen, skrevet af en 13-årig pige, viser, hvordan en godt begavet pige med en almindelig hverdag og sikker sans for adfærd

på chatten alligevel aftaler at mødes med en chatven, som viser sig at være en voksen mand. Mødet kunne have fået ubehagelige konsekvenser, hvis ikke mobilen havde været en fast del af hovedkarakterens hverdag.

Konkurrencen blev afholdt som en del af Medierådets kampagne for at øge forældre og læreres indblik i børns brug af nye medier. Vinderbidragene kan ses på [www.medieraadet.dk](http://www.medieraadet.dk)

### **Hvad laver børn og unge på nettet?**

Medierådet har igennem en længere periode haft fokus på Internettet og børn og unge, og deltog i projektet Safety, Awareness, Facts and Tools (SAFT), som iværksatte en forskningsundersøgelse og en informationskampagne. Forskningsundersøgelsen har kortlagt forældres viden om børns brug af internettet og undersøgt børns brug af Internettet. På baggrund af forskningsundersøgelsen er udformet informationskampagner, der henvender sig til børn, unge, forældre og lærere.

Resultater fra SAFT Børneundersøgelsen viser, at børn og unge især bruger deres tid på nettet med at spille online computerspil, maile og chatte, søge informationer til lektiearbejde og for sjov og besøge fan-sites. Pigerne bruger overvejende deres tid på nettet på mails, skolearbejde og informationssøgning og besøg på fan-sites. Drengene bruger deres tid på nettet til at spille online computerspil, downloade musik og surfe for sjov.

50 % af de danske unge mellem 9 og 16 år har deres egen computer, 18 % bruger internettet flere gange om ugen og 54 % startede med at bruge nettet, før de var 10 år gamle. Internettet kan dermed også kaldes "det nye grænseland mellem barn og voksen". Med chatten opstod en ny sprogkode af forkortelser, da skrivefeltet på chatten er begrænset. Disse sprogkoder benyt-

Hver gang voksne møder et nyt medie, udløser det ofte en ny mediepanik. Sådan har det været i filmens barndom, da videoen fandt sit indtog i de danske hjem, og da chatten og computerspillet blev en del af de fleste børn og unges hverdagsliv.

tes også, når børn og unge sms'er på mobilen. Tendensen er, at chatten er ved at blive udskiftet til fordel for messenger, hvor børn og unge taler online med deres netværk af venner. Det bliver for kedeligt i længden, at chatte med nogen, som man ikke kender.

Børn og unge 'går på nettet' for at afprøve deres identitet og for at tale om tanker og følelser i forhold til det at vokse op. Det kan være nemmere for børn og unge at spørge og tale om emner, når kroppen ikke længere er en barriere. Anonymiteten på nettet rummer dog væsentlige udfordringer til sikkerhed og etik.

### **Det mobile net**

I Danmark har 10 % af børn fra 7 til 9 år deres egen mobil og hele 93 % af børn fra 13-15 år har deres egen mobil. Det er dog endnu ikke slået igennem at benytte sin mobil til at gå på nettet i samme grad, som f.eks. Japan, Sydkorea og Singapore. Men mange unge kan ikke forestille sig at være uden deres mobil, som er 'livsnerven' til deres netværk af venner.

Børn og unge sender i gennemsnit op til 10

sms'er om dagen, som en del af vedligeholdelsen af deres venskabsnetværk. Dette tal er stigende og enkelte eksempler viser, at det hurtigt kan komme op på 50 til 100 sms'er om dagen, især hvis der er sket noget særligt den pågældende dag.

Medierådet har særlig opmærksomhed på det forhold, at mobilen har åbnet for en direkte kontakt til børn og unge, som går uden om forældrene. Det har medført, at børn og unge kan eksponeres for indhold af uhensigtsmæssig karakter og kontaktes udenom forældrene, ligesom at børn og unge selv kan sende indhold til andre børn og voksne udenom forældrenes viden.

### **Forældre til online-generationen**

Flere forældre har vist sig at være usikre på, hvordan de skal forholde sig til deres børns færden på nettet, som i mange tilfælde er ukendt for dem selv. Derfor opstår der ofte en situation, hvor forældrene reagerer med f.eks. etforbud mod f.eks. at chatte.

Erfaringerne fra undervisningsforløb i netsikkerhed og chat har vist sig at være med til at under-

støtte forældrene, så de ikke længere udsteder forbud, men nu er bevidste om, at brug af de rette rammer omkring børns brug af Internettet kan være med til at udvikle kompetencer. Forældrene har engageret sig i undervisningsforløb og givet udtryk for det positive i at skolen tager emnet op. Samtidig er eleverne blevet meget bevidste om, at man ikke skal tale til hinanden i "chatsprog" uden for nettet. Tonen på chatten kan ofte være lidt mere rå i sprogbruget, og det kan virke ubehageligt at tale "chatsprog", når man taler ansigt-til-ansigt.

Dette viser, at det ikke længere er så ligetil for forældre at følge med i deres børns mediebrug, når de går på nettet i skolen, på fritidshjemmet eller på netcaféen eller sms'er og taler i mobil udenfor forældrenes sfære. Medierådet anbefaler, at forældrene taler med deres børn om, hvad de har oplevet på chatten, og at de prøver at spille computerspil sammen med børnene. Her skal man, som forældre være forberedt på, at det oftest er børnene, som underviser forældrene i, hvordan de skal gøre. Børnene er jo oftest super-brugere i forhold til det tekniske, men har jo i høj grad brug for forældrenes livserfaring for at kunne agere hensigtsmæssigt i forhold til det indhold, som de møder på nettet eller mobilen.

Børnebeskyttelse i forhold til medier handler i dag i høj grad om at tale med sine børn om deres mediebrug og give dem kompetencer til sikker brug af de medier, som de bruger i deres hverdag.

### **Styr uden om mediepanik**

Hver gang voksne møder et nyt medie, udløser det ofte en ny mediepanik. Sådan har det været i filmens barndom, da videoen fandt sit indtog i de danske hjem, og da chatten og computerspil blev en del af de fleste børn og unges hverdagsliv. I de sidste par år er det især internettet, som har bekymret voksne og ikke mindst de

mobile teknologier, som f.eks. kameratelefoner, som voksengenerationen har svært ved at finde en passende holdning til.

Medierådet har udsendt debat- og undervisningsmateriale til forældre og lærere, som er baseret på viden og fornuft. Viden om medierne i kombination med brug af almen sund fornuft, kan forhindre en ny 'mediepanik'. Nye medier er ikke kun lig med fare – nye medier er også nye muligheder.

### **Sikkerhed på internettet er et samfundsansliggende**

Børn og unges sikkerhed på Internettet er et samfundsansliggende, og Medierådet er derfor gået i front med aktivt at involvere væsentlige aktører fra undervisningsinstitutioner, brancheorganisationer, frivillige foreninger, myndigheder og forskningsinstitutioner i et stærkt samarbejdsnetværk.

Formålet med Medierådets arbejde er at skabe opmærksomhed og at informere omkring sikker brug af Internettet og nye teknologier i form af konferencer, undervisningsmateriale og forældreinformation. En af næste års store begivenheder bliver, når Medierådet afholder den internationale markering af børns ret til sikker Internet, Safer Internet Day, den 6. februar 2006.

*Brit Sung-Kyung Kim Bech er cand.mag. i visuel kultur fra Københavns Universitet og arbejder som projektmedarbejder ved Medierådet for Børn og Unge og har som hovedområde at koordinere og en opmærksomhedskampagne omkring Medierådets rolle som videnscenter, som koordineres af EU Safer Internet Action Plan i samarbejde med andre europæiske videnscentre fra i alt 19 lande.*

*Professor Birgitte Tufte sætter i sin artikel fokus på børn og unges brug af internettet og andre medier. Hun diskuterer bl.a. om unges brug af internettet er udtryk for en reel viden, eller om der blot er tale om viden på "tryk-på-den-knap" niveauet. Derudover præsenterer Tufte også resultater fra en helt ny undersøgelse af unges brug af nye medier.*

# Når unge går på nettet

Af Birgitte Tufte

Overalt i verden spiller medierne en stor rolle i hverdagen for unge mennesker, selv om der er forskelle afhængig af, hvor i verden de bor. Den medieteknologiske udvikling går meget hurtigt i disse år, og et eksempel på dette er internetudviklingen.

I 1997 havde kun 8 % af danske familier internetadgang, i 2000 var der tale om 45 %, i 2003 var procenten steget til 68 %, og i 2004 havde 71 % af danske familier internetadgang. Hvad angår børnefamilier (par med børn) så var tallene højere end gennemsnittet, idet 88 % af børnefamilierne havde internetadgang i 2004 (Danmarks Statistik).

### **Nye opgørelser**

Nyeste tal viser, at knap halvdelen af den voksne befolkning bruger internettet dagligt, og hvad angår de 13 til 15-årige, så bruger 56 % af dem internettet dagligt til et bredt spektrum af aktiviteter som at høre/download musik, spille computerspil, hente tekst og billede, søge informationer og oplysninger, e-maile, chatte og surfe (Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004)

Ifølge den samme undersøgelse er det stort set de samme ting, som piger og drenge bruger internettet til. Dog er der en overvægt af drenge, som bruger Internettet til at spille computerspil.

.....

Samme undersøgelse viser, at 69 % af danske børn og unge mellem 7 og 15 år har tv på eget værelse, 91 % har musikanlæg, 45 % har video eller dvd, 42 % har spilcomputer, og 20 % har adgang til internettet fra deres eget værelse med en tendens til, at de ældste har mest udstyr. Tendensen er nogenlunde den samme i de andre nordiske lande, og kort sammenfattet kunne man sige, at nordiske børn og unge bruger mange medier i fritiden, og at der er en stigende tendens til, at de går på Internettet. De bruger medierne på en sammensat og mangfoldig måde og er, hvad man kan kalde "multimediebrugere".

### Resten af verden

Imidlertid kan vi ikke umiddelbart ud fra den nordiske situation konkludere, at alle børn og unge i hele verden kan kommunikere via internettet. Der er store globale forskelle. Et eksempel herpå er, at 27 % af verdens befolkning bor i Nordeuropa og Canada, og 65 % af den totale mængde af internetbrugere findes i Nordeuropa og Canada. Med andre ord har vi her på den ene side en fælles medie- og forbrugskultur på tværs af grænser, hvor børn og unge i mange forskellige lande går i det samme mærketøj, ser de samme tv-programmer, spiller de samme computerspil og lytter til den samme musik, mens vi på den anden side også kan se en polarisering mellem dem, der er "på" i form af adgang til medietechnologi, og dem, der ikke har de samme muligheder.

### Knap-kompetence

I vores del af verden er det dog en kendsgerning, at børn og unge er hurtige til at tilegne sig den nye teknologi. De bruger medierne simultant, kan forholde sig til flere medier samtidig og er i stadig kommunikation med hinanden via mobiltelefon og Internet. Hvorvidt de så er mediekompetente eller "media literate", som det diskuteres her og andre steder, kan diskutere-

res. Fx er mange lærere ikke så imponerede over deres elevers mediekompetence, men efterlyser en dybere viden hos eleverne om internettet, en viden, der går bag om den "knap-kompetence", de er i besiddelse af; et kendskab til, hvordan man søger relevant information på nettet, en viden om regler og rettigheder i forhold til fx e-handel, om reklame på nettet. Med andre ord en kildekritisk tilgang til nettet, og der kan ikke være tvivl om, at behovet for en sådan form for viden hos børn og unge bliver til stadighed større i takt med det stadigt stigende brug og kommerialisering af internettet.

### Brug af internettet?

*"Jeg har en X-Box og en computer og fjernsyn og stereoanlæg på mit værelse. Så jeg har ikke så mange elektriske eller sådan mere mekaniske ting. De dér fire-fem ting, det er dem, jeg bruger mest." (13-årig dansk dreng, februar 2005)*

TV er stadig det medie, der bruges mest, med 2,5 time daglig i gennemsnit på hverdage i 2004 for den voksne befolkning, dog med det interessante perspektiv, at børn og unge ser lidt mindre tv end tidligere. I 2004 er der således 89 % af børnene, der siger, at de ser tv næsten hver dag, mod 95 % i 1998. Til gengæld er deres brug af computerspil og internettet steget.

Hvad angår kønsspecifikke forskelle, så ser både mænd og kvinder og drenge og piger nogenlunde lige meget tv, og hvad angår brugen af Internettet så brugte 52 % af drengene og 49 % af pigerne Internettet i 2001 (Kirsten Drotner 2004), men de brugte det forskelligt, idet pigerne i højere grad brugte Internettet til at surfe, til at chatte og til at sende e-mails, hvor drengene brugte det til at søge information, til at lave deres egne hjemmesider og til at downloade ringetoner, musik, film etc. (Drotner 2001).

Den samme tendens finder den svenske forsker Cecilia von Feilitzen i sin undersøgelse af 15-24-åriges brug af internettet:

*"Både drenge og piger mente, at TV var det vigtigste medium, hvad angår underholdning. Hvad angår viden og information prioriterede drengene internettet højest, før TV, mens pigerne prioriterede bøger og derefter TV." (Feilitzen in Fl. Hansen et al. 2002:108)*

Det ser dog ud til, at piger i stigende grad bruger internettet. Det konstateres således i den ovenfor omtalte 2004-undersøgelse, at det stort set er de samme ting, som drenge og piger benytter internettet til. Dog er der som allerede nævnt stadig en overvægt blandt drenge, som bruger internettet til at spille computerspil. (Dansker-nes kultur- og fritidsaktiviteter 2004)

At unge piger hidtil ofte har været lidt skeptiske over for internettet og hellere vil have informationer fra personer i virkeligheden eller gennem bøger, viser dette interview med en 14-årig pige, som bliver spurgt om brugen af Internet i skolen. Hun siger:

*"Pigen:...Når vi skal forberede et projekt får vi at vide at vi ikke skal stole 100% på internettet. Vi kan fx også kontakte folk, der ved noget om det .... Jeg har fundet meget information på nettet, også noget, der er forkert. Jeg stoler virkelig ikke på internettet.*

*Interviewer: Synes du det er vanskeligt når du forbereder et projekt at søge information på internettet?*

*Pigen: Ja, det er det – og jeg gør det næsten aldrig, kun hvis jeg har brug for nogle helt bestemte oplysninger. Ellers finder jeg nogle folk, jeg kan interviewe eller får fat i nogle bøger om det ...*

*Interviewer: Har du købt noget over internettet?*

*Pigen: Nej, det tør jeg ikke." (upubliceret interview foretaget i forbindelse med projektet: O.*

*Christensen & B. Tufte: "Familier i forandring" 2001).*

Imidlertid er der grund til at antage, at pigerne i stigende grad også vil søge information til skolearbejdet på internettet i takt med, at de generelt bruger det mere og mere.

Et interessant perspektiv i den forbindelse er, at børn og unge i langt højere grad bruger internettet i fritiden end i skolen. Ifølge TNS/Gallups Børne- og ungdomsindeks fra 2003 brugte 23 % af de 10-12-årige på det tidspunkt dagligt internettet hjemme, mens kun 6 % brugte det dagligt i skolen. Af de 13-16-årige brugte 40 % af de 13-16-årige på det tidspunkt internettet dagligt hjemme, mens kun 18 % brugte det dagligt i skolen.

Tankevækkende i lyset af den igangværende pædagogiske diskussion om IT- og medieundervisning i skolen.

### En netgeneration?

Den amerikanske forsker G. Tapscott var allerede i 1998 meget optimistisk m.h.t. hvordan brugen af internettet ville udvikle sig og mente, at nettet vil ændre forholdet mellem generationer. Han kalder de unge for "net-generationen". Endvidere mener han, at internettet vil forandre vores indkøbsvaner totalt, og at internettet vil blive det nye medium for reklame:

*"Jeg mener, at teknologien har ændret den måde, voksne behandler mig på. De tager mine meninger mere alvorligt, fordi de kan se, at jeg ved noget, de ikke ved." (16-årig dreng, Tapscott 1998)*

*"Jeg kan godt lide at købe ting over nettet. Jeg kan finde den bedste pris på 10 minutter ved at checke 25 forretninger." (14-årig dreng, Tapscott 1998)*

At der også i dansk regi sker nogle ændringer i forholdet mellem generationer, er vist almindelig kendt. I et interview med to 12-årige drenge, spørger intervieweren, om drengene har indflydelse på, hvad der bliver anskaffet i familien af nyt medieudstyr:

*"Dreng: ... det er mig, der bestemmer, hvad for noget, vi skal have*

*Interviewer: Er det det?*

*Dreng: Ja, fordi de (=forældrene) kan ikke finde ud af at tænde en computer, så ... Jo, de har lige lært det. Og så ved de ikke hvad for nogle fjernsyn, der er gode.....*

*Interviewer: Hvad arbejder dine forældre med?*

*Dreng: Min mor arbejder foran en computer, hvor hun sidder og skriver, og min far er tømrer og snedkermester.*

*Interviewer: Så ved din mor vel også hvordan man tænder en computer, gør hun ikke?*

*Dreng: Nej, hun kan kun skrive."*

At der skulle ske en voldsom stigning lynhurtigt vedrørende køb på internettet, har ikke holdt stik. Kun langsomt begynder folk at købe forskellige varer over internettet, men det går ikke så hurtigt, som man også i Danmark forventede for nogle år siden. De unge netbrugere er dog tilsyneladende begyndt at købe via nettet. Fx har den 13-årige Anna købt mobiltelefon via nettet:

*"Interviewer: Så du brugte simpelthen nettet til at finde ud af hvad for en mobiltelefon, du skulle købe ..?*

*Anna: Ja, hvis jeg skulle købe den i en butik, så koster den 1200. Og det gad jeg ikke lige betale*  
*Interviewer: Hvad har du givet for den?*

*Anna: 500 – og der er det også, at man kan vælge hvilket abonnement man skal have. Hvis man skal gøre det i butikken, så skal man gå ind i en bestemt butik for at finde ud af hvad for et abonnement, man skal have*

*Interviewer: Så er det nemmere at gå på nettet og finde ud af det?*

*Anna: Ja!"*

Hvad angår reklame har Tapscotts profeti i høj grad holdt stik. Internettet er fyldt med reklamer af forskellig art. Pop-up-reklamerne er et fænomen, som irriterer alle.

## **KGOY**

Som tidligere nævnt er der behov for, at børn og unge får et mere kildekritisk forhold til internettet, og flere lærere er da også meget interesseret i at inddrage internettet i undervisningen, men der mangler undervisningsmateriale. Det var sådanne overvejelser, der lå bag det EU-støttede projekt: Educaunet ([www.educaunet.org](http://www.educaunet.org)), som er et europæisk undervisningsmateriale, beregnet til 8-16-årige, udviklet i syv forskellige europæiske lande. Materialet omfatter 12 forskellige aktiviteter, såvel i internet-baseret form som i trykt form, og det er blevet udfærdiget på seks forskellige sprog, bl.a. dansk. Imidlertid har det ikke været muligt at få det distribueret i Danmark, da der er knyttet nogle ophavsretigheder til materialet, som gør, at danske forlag ikke tør binde an med at udgive det.

Materialet er udviklet i samarbejde med en række danske lærere og i forbindelse med udarbejdelsen af det undersøgte vi (Ph.d.-studerende Jeanette Rasmussen og undertegnede) hvordan og i hvilket omfang danske skoleelever brugte internettet. I foråret 2004 bad vi i den forbindelse tre 4. klasser om at skrive ned, hvilke hjemmesider, de kendte, og jævnligt brugte. Resultatet var 42 hjemmesider, hvoraf de fleste var kommercielle. Bl.a. denne lille undersøgelse samt en stor interesse for de ganske unge, de såkaldte "tweens", inspirerede os til at iværksætte forskningsprojektet "Tweens mellem medier og forbrug", som er en undersøgelse af 10-12-åriges brug af medier, med fokus på samspillet



mellem mediepåvirkningen og forbrugersocialiseringen af den nævnte aldersgruppe.

### Hvad og hvem er tweens?

Hvorfor er tweens interessante og hvilken aldersgruppe omfatter begrebet tweens?

De er interessante for marketingfolkene, fordi man her ser et nyt segment, et segment, der betragtes som forbrugere, både som selvstændige forbrugere og ikke mindst, fordi de tilsyneladende har indflydelse på familiens forbrug. Men også andre som lærere, forældre og politikere interesserer sig for disse ganske unge, fordi de tilsyneladende har et forbrugs- og adfærdsmønster, som var karakteristisk for unge, for teenagere, for nogle år siden.

Ved konferencer og i artikler, der handler om børn og unge, bruges ofte udtrykket KGOY, som står for "Kids grow old younger". På dansk kunne man sige, at barndommen er 'krympet', mens ungdomstiden er forlænget. Hvad enten man er 7 år eller 70 år gammel, er det attraktivt at se ung ud og opføre sig ungt. Det indebærer bl.a., at er man i dag 11-12 år betragtes man af markedet som et segment, hvortil man kan målrette tøj, sportsudstyr, medieteknologi, der går ind i en livsstil, som ligner de 'rigtige' unge. Det er uklart, hvem der har opfundet begrebet "tweens", men det har eksisteret i marketing-litteraturen i en del år.

Tweens er en gruppe, som er 'in between' dvs. midt imellem at være børn og at være teenagere. Præcis hvornår den periode er, hersker der imidlertid uenighed om. Ifølge Martin Lindstrøm (2003) dækker begrebet tweens børn i før-pubertetsalderen og indtil omkring 14 år (dvs. 8-14 år). En indvending herimod kunne være, at der er meget stor forskel på at være 8 år og at være 14 år.

Siegel, Coffey & Livingston (2001) siger, at man i marketingforskningen generelt opererer med tweens som aldersgruppen mellem 8-12 år, og så eventuelt at skelne mellem yngre og ældre tweens dvs. de 8-10-årige og de 11-12-årige.

Det er bl.a. disse drøftelser samt Educaunet-projektet, herunder den ovenfor omtalte lille pilotundersøgelse vedr. hjemmesider, der inspirerede til at iværksætte det to-årige forskningsprojekt "Tweens mellem medier og forbrug" (2004-2006), hvor det overordnede sigte, som allerede nævnt, har været at undersøge i hvilket omfang, medierne spiller en rolle for 10-12-åriges forbrugeradfærd i forhold til andre socialiseringsfaktorer som familie, skole og kammerater.

Vi har nu indsamlet projektets empiri, som p.t. er i en analyse- og fortolkningsproces, men jeg skal her kort skitsere nogle af de tendenser, som ligger i undersøgelsen vedr. disse ganske unges brug af internettet.

Empirien består af en spørgeskemaundersøgelse, foretaget på 4.-6. klassetrin fire forskellige steder i landet, samt interviews med 48 børn i de samme lokalområder. Der er stort set lige mange medier i alle familier i de fire lokalområder med en tendens til, at de yngste børn i landområdet har lidt færre medier til rådighed end de øvrige børn. Det er fjernsynet, som spiller den største rolle i deres hverdag, om end de generelt set – afhængig af alder – går på internettet. Jo ældre de bliver, jo mere bruger de internettet, en tendens som er i overensstemmelse med de nyere resultater, baseret på kvantitative undersøgelser, som jeg har nævnt i indledningen til denne artikel.

Det er en tendens, som er gældende i alle fire lokalområder, selv om det ser ud til, at man skal være lidt ældre, før man begynder at gå på nettet, hvis man bor på landet, end hvis man bor i



## Ved konferencer og i artikler, der handler om børn og unge, bruges ofte udtrykket KGOY, som står for "Kids grow old younger". På dansk kunne man sige, at barndommen er 'krympet', mens ungdomstiden er forlænget.

en storby. De bruger helt klart internettet mest hjemme, hvilket jo er naturligt alt den stund, der er mange, der, som tidligere nævnt, i dag har internetadgang hjemme. Imidlertid bruges internettet også i skolen og på skolebiblioteket.

Her er der dog en markant forskel mellem de fire skoler, idet børnene på den ene skole i langt højere grad bruger internettet end de andre tre. Det viste sig, at det var en skole i en kommune, som har mange års tradition for, at IT- og medieundervisning er/skal være en integreret del af undervisningen i alle kommunens skoler.

### **På nettet**

Når disse 10-12-årige går på nettet er den aktivitet, som optager den største plads, spil – og det gælder både drenge og piger, hvilket er en ny udvikling i forhold til andre undersøgelser, hvor det generelt har været drengene, der har været mest interesserede i spil.

De fleste – på nær 4. klasseleverne i landområdet – har stort kendskab til hjemmesider på internettet. De kan lynhurtigt nævne den nøjagtige adresse på adskillige hjemmesider. Jo ældre de bliver, jo større kendskab har de til hjemmesider, og der er som sagt nogle geografiske forskelle, idet tendensen er, at børnene i landområdet – og det gælder især de yngste

– kender færrest hjemmesider, hvor man fx i Nordsjælland har et meget stort kendskab til hjemmesider.

Nogle meget populære hjemmesider er for det første DR's hjemmesider som [www.Boogie.dk](http://www.Boogie.dk), [www.zoom.dk](http://www.zoom.dk), [www.dr.skum](http://www.dr.skum), og sider som [www.cartoon.dk](http://www.cartoon.dk), [www.disney.dk](http://www.disney.dk) og [www.foxxkids.dk](http://www.foxxkids.dk) samt [www.gratisspil.dk](http://www.gratisspil.dk), hvor man bl.a. kan købe spil. Så er der sportssider og ikke mindst spillesider som fx [www.battle-on.com](http://www.battle-on.com) og [www.nintendo](http://www.nintendo). Endelig skal nævnes den, som omtales af næsten alle børn i de fire lokalområder nemlig [www.arto.dk](http://www.arto.dk)

Ingen af de voksne, vi efterfølgende spurgte, om de kendte den, havde på det pågældende tidspunkt kendskab til den, så man må undre sig over, hvordan kendskab til en sådan hjemmeside spredes – tilsyneladende gennem netværker af kammerater og søskende.

### **Arto.dk**

På Arto.dk finder man spil og vittigheder, og ikke mindst er det en chatside, som især de større af de børn, vi interviewede dvs. de 12-13-årige gik ind på. Det er meget vanskeligt at gennemskue, hvem der står bag denne hjemmeside, men de påstår selv, at de har en meget stor grad af sikkerhed. Ifølge Jyllandsposten fra den 2. juni

2005 er der op imod 400.000 unge brugere af Arto.dk, men ifølge den samme artikel er det en yderst problematisk hjemmeside, og Arto.dk betegnes som et slaraffenland for groft sprog, mobning og trusler til trods for, at de selv omtaler sig som Danmarks hyggeligste hjemmeside. At børnene imidlertid er forholdsvis opmærksomme på, at man skal være forsigtig, når man går ind på en chatside, fremgår af flere interviews – især med piger:

*"Pige1: Hvis man chatter, så kan man komme til at ... Eller hvis du går ind på dating.dk, så er der måske nogen, der kan hacke sig ind på din computer, og så kan de finde ud af, hvor du bor, så kan de komme hen til dig. Finde ud af alt om dig og ..."*

*Pige2: Der er også nogen, hvor de udgiver sig for en anden. Hvor de faktisk er voksne"*

*Pige1: Ja, nogle voksne mænd udgiver sig for at være 15-årige"*

*Pige2: Ja, fordi så for eksempel hvis de spørger, om man skal komme sammen med dem, så kommer man jo sammen med en voksen, og det er jo så ikke lige ..." (to piger på 12 og 13 år)*

M.h.t. hvordan de finder hjemmesider så søger de selv, de hører om dem fra venner og fra søskende – i den nævnte rækkefølge. På fjerdepladsen kommer, at de har hørt om dem i reklamer.

### **Både og ...**

Sammenfattende om unges brug af internettet kan man, som med mange andre nye fænomener, sige, at der er både fordele og ulemper. På den ene side indebærer internetadgangen nogle nye kommunikations- og underholdningsmuligheder, som børn og unge har været hurtige til at gribe. De unge teknologi-kompetente har fået mange kælenavne, relateret til deres ekspertise indenfor de nye medier, herunder internettet. De kaldes bl.a. innovatorer eller

"frontrunners", og de er da i vidt omfang på forkant med udviklingen.

Imidlertid er det også nødvendigt at understrege, at de ikke med den øgede it-kompetence nødvendigvis med alderen udvikler kritisk indsigt og evne til at overskue de mange muligheder, der ligger på Internettet.

Internettet er det nye markedsføringsmedie, og det ved de, der henvender sig til børn og unge. Det kniber det lidt mere med for en del af de voksne, herunder nogle af dem, som ganske vist vil børn og unge det bedste, men som ser i det medieteknologiske bakspejl og fx tror, at det er tv-reklamerne, som har den største indflydelse på børnenes værdier og adfærd (jfr. den igangværende debat om et eventuelt forbud mod tv-reklamer for sundhedsskadelige fødevarer, der retter sig til børn).

Medieudviklingen går stærkt, og meget af det, der udvikles, fungerer lynhurtigt som en slags kommunikativt legetøj for børn og unge. At der imidlertid også er risici forbundet med brug af Internettet, vidner eksemplet vedr. arto-hjemmesiden om.

Og her kommer så familiens og skolens rolle ind. Familier er forskellige, og i nogle familier taler man om Internettets muligheder og risici, i andre sidder de unge alene foran computeren uden at kunne få svar på de spørgsmål, der sandsynligvis ofte opstår. Jo oftere forældre sætter sig ind i, hvad det er, deres børn bruger computeren til, jo større mulighed er der for, at de får et kritisk perspektiv på brugen, selv om de selvfølgelig fortsat vil sidde foran den og lege.

Hvad angår skolen, så har nogle kommuner i mange år arbejdet med at integrere IT-medier

i alle skoler og på alle alderstrin, og som det fremgår af tweens-undersøgelsen, så var det på den skole, hvor man havde en sådan tradition, at Internettet i højere grad end i de andre skoler blev brugt i undervisningen – og sandsynligvis med den konsekvens, at eleverne opnår en højere grad af kildekritisk bevidsthed og en evne til at vælge og fravælge i mængden af tilbud på nettet.

I den nyeste undersøgelse vedrørende danskeres kultur- og fritidsaktiviteter siges der følgende:

*De elektroniske medier vinder fortsat frem – ikke mindst internettet. Siden 1998 er der væsentligt flere, som bruger internettet i deres fritid. I 1998 var der således 79 %, som aldrig brugte internettet i deres fritid – i 2004 er det 25 %. 43 % bruger internettet stort set dagligt mod 5 % i 1998.*

Internettet er kommet for at blive, og vi må lære at leve med det – på godt og ondt.

*Birgitte Tufte er dr.pæd. og professor ved Institut for Afsætningsøkonomi og Center for Marketing Communications ved Copenhagen Business School.*

## Litteratur

Bille, T., T. Fridberg, S. Storgaard & E. Wulff: Danskeres kultur- og fritidsaktiviteter 2004 – med udviklingslinjer tilbage til 1964. akf forlaget. April 2005.

Christensen, O. & B. Tufte (2001): Familier i forandring – hverdag og medier i danske familier. København. Akademisk Forlag.

Danmarks Statistik, diverse statistisk materiale.

Drotner, K. (2001): Medier for fremtiden: børn og unge i det nye medielandskab. København. Høst og Søn

Feilitzen, C: Times are changing and youth with them. In: Hansen, F. et al.: (2002) Children – Consumption, Advertising and Media. Copenhagen Business School.

Lindstrøm, M. & Patricia B. Seybold (2003): Brandchild. Forlaget Markedsføring. København

Siegel, D.L., T.J. Coffey & G. Lovington (2001): The Great Tween Buying Machine. Paramount Market Publishing. Inc. Ithaca. New York.

Svoldgaard, C. & M. Zahle: Grove trusler på hjemmesider for børn. Jyllandsposten 2. juni. 2005

Tapscott, D. (1998): Growing up Digital – The Rise of the Net Generation. New York: McGrawHill

Tufte, B: Tweens mellem medier og forbrug i Magasinet "Humaniora" nr. 4. Statens Humanistiske Forskningsråd, 2004.

TSN/Gallups børne- og ungdomsindeks 2003

[www.educaunet.org](http://www.educaunet.org)

*En almindelig eftermiddag er 25.000 unge logget på arto.dk for at chatte med hinanden. Dan Poulsen er en af de mange ulønnede administratorer på siden.*

# Bare en anden måde at snakke sammen på

Af Michael Voss

”Chatten på Arto er blot en anden måde snakke sammen på. Men det er da en lidt kedelig tendens, at nogle bruger så meget tid foran skærmen i stedet for at møde andre mennesker direkte.”

Dan Poulsen er 18 år og superadministrator på chat-hjemmesiden arto.dk. Arto har eksisteret siden 1999.

”Det startede som en side med vittigheder. Enhver kunne lægge en vittighed ind på siden. Derfra udviklede det sig nærmest af sig selv. De, der lagde mange vittigheder ind, ville gerne præsentere sig med en profil. Så ville de gerne have billeder til profilen. Og derfra var skridtet ikke langt til at skrive sammen.

Dermed kom chatten til, og med den skete der en eksplosion i antallet af brugere. Det er fire år siden. Dengang var et almindeligt dagligt besøg på 300; nu er der over 300.000 unikke brugere om dagen,” fortæller Dan Poulsen.

Undervejs i hele dette forløb var det Morten Borg, der ejede sitet og udviklede og administrerede det. Borg er stadig arto-chef, men nu som ansat. For et års tid siden solgte han sitet til selskabet Freeway, der også ejer dating.dk og netdate.dk

### **Brugerbetaling**

Der er ikke mange bannerreklamer på Arto. Sitet er først og fremmest brugerbetalt.

”Man kan f.eks. købe særlige funktioner til sin profil. Det kan være retten til at lægge ekstra

mange billeder ind. Man kan få VIP-status eller melde sig ind i en af klubberne, hvor brugere med samme interesser samles,” fortæller Dan Poulsen.

”Det er småbeløb, 10-20 kr., men hvis bare 10-15 % af vores 700.000 aktive brugere køber en ekstraydelse, kan det hurtigt blive betydelige beløb.”

Man kan også købe IRL-garanti på Arto.

”IRL betyder In Real Life. Med en IRL-garanti kan du dokumentere over for de andre brugere, at du er en faktisk eksisterende person med det navn og den alder, du har angivet. Man indsender sit CPR-nummer til os, og så kan vi checke det i Folkeregisteret – selvfølgelig uden at vi selv får adgang til nogen oplysninger.”

### **Nemmere at få nye venner**

Dan Poulsen mener ikke, at det Artos skyld, hvis unge er mere foran skærmen end sammen med andre unge.

”Der er mange brugere, som tilbringer hele eftermiddagen og aftenen på Arto, og der er stadig rigtig mange på efter kl. 24.00. Og det synes jeg sådan set er en kedelig tendens. Men chat er den nye måde at være sammen på. Sådan er internet-generationen. Arto er bare en af flere muligheder. Hvis vi ikke eksisterede, ville de unge bare opsøge et andet chat-site.”

De fleste brugere er mellem 13 og 17 år, vurderer Dan Poulsen.

”Her snakker de med venner fra det virkelige liv, men først og fremmest skaber de nye venskaber. På nettet er det lettere.

Da jeg var ung, kunne jeg gå til fest fredag aften, hvis jeg ville lære nogle nye at kende. Og så skulle jeg kontakte vildt fremmede. Det er meget nemmere på nettet. Her kan man tage

kontakt med hvem som helst hele tiden og fra alle steder af landet. Du kan oven i købet læse deres profil, inden du bestemmer dig for at kontakte dem.”

### **Fantasi og virkelighed**

Ifølge Dan Poulsen er der mange, som opretter fiktive profiler – kaldet fakeprofiler - hvor de udgiver sig for at være nogen, de ikke er. Andre pynter på deres egne, rigtige profiler.

”Jeg tror mange forbedrer lidt på sig selv og opfinder nye sider af sig selv. På den måde kan de udnytte, at der er en skærm mellem dem og de andre.

Men det kan også tage overhånd. Nogle drenge fremstiller sig selv som superseje og smarte, med rå og provokerende sprog.

Hvis de så ikke kan skelne mellem ”livet” på nettet, og det virkelige liv, fører de sig måske frem på samme måde på gaden eller diskoteker, og så risikerer de at få problemer. Det er sket, at Arto-brugere har fået ballade med andre, fordi deres opførelse ikke accepteres i den virkelige verden.

### **Hvilken farve til min pony?**

Arto har fortsat en afdeling for vittigheder. Desuden er der emne-opdelte klubber og debatter, hvor de mest populære handler om sex, kærlighed og computere. Man kan f.eks. tilmelde sig heste-debatten og indsende indlæg som dette:

” Hey alle sammen!

Jeg har lige fået en ny pony, der er mørk skimmel..

Jeg skal ud og købe nyt udstyr til den, så hvilke farver ville passe til den?

Altså jeg tænkte på sadelunderlag, skridttæpper, dækkener, gamasher, grimer, strigler osv..

De her farver er blevet foreslået:

Mørkeblå

Sort

Grøn

Grå

Rød

Osv...

Nå, men håber at I vil svare!

Kram .”

Og så følger en stribe svar, f.eks.:

”Til min skimmel har jeg blå, men hun er lys, til en mørk har jeg set at mørkegrøn skulle passe udemærket til den type hest  
KH Joy”

Nogle fører dagbog på Arto.

”Du kan selv vælge, om du vil give adgang for alle til din dagbog – eller kun dem, du selv har lukket ind på din venneliste,” siger Dan Poulsen.

### Kontrol og straf

I begyndelsen af juni var der et læserbrev i MetroXpress fra en person, som klagede over, at han havde været udsat for hån og anden form for verbal mobning på Arto. Og et af svarene på debatindlægget om ponyer lød kort og godt således: ”Din-klamme-SO P13”

”Vi accepterer ikke, at nogle sviner andre brugere til, eller racistiske ytringer. Der er et helt sæt af regler, som vi forlanger, at brugerne overholder. Gør de ikke det, skrider vi ind med forskellige grader af sanktioner.

Vi kan give brugeren en advarsel. Vi kan give en bødestraf ved at fratage ham profilpoint, og så kan vi lukke profilen. Det opfattes som en hård straf, fordi man mister alle sin optjente profilpoint, og mange point er et statussymbol blandt brugerne.”

Men Artos administratorer kan også gå hårdere til værks.

”Opretter den samme bruger nye profiler, og

fortsætter stilen, kan vi spore IP-adressen. Skulle det gå helt galt, så anmelder vi det til politiet – og det gør vi naturligvis også hvis vi får mistanke om pædofile eller lignende.

Vi kan se, hvis en bruger arbejder fra en skole-computer. Et par gange har jeg kontaktet skolen og forklaret, at de har en elev, som bliver ved med at bryde vores regler. Jeg kan forklare, hvornår han eller hun har været på, og så siger jeg, at der måske er en risiko for, at de også bryder skolens regler eller straffeloven. Som regel tager skolen godt imod sådan en henvendelse.”

### Ulønnede administratorer

Dan Poulsen sidder på næsthøjeste trin i et hierarki af folk, der kører Arto.

Nederst på stigen er debat-moderatorer. De administrerer de forskellige debatter.

Dernæst kommer supportere, som hjælper andre med at bruge sitet og med tekniske problemer. Så kommer administratorerne. De overvåger trafikken og kan udelukke brugere, der overtræder reglerne.

Så kommer Dan Poulsen som superadministrator. Han har mulighed for at blokere indlæg fra et IP-nummer, kontakte skole og politi o.l.

Endelig er der Morten Borg, som er webmaster og – ud over en praktiskant - den eneste lønnede på Arto.

### Forældrenes ansvar

”Selv om vi er mange involverede, der overvåger, hvad der foregår rundt omkring på sitet, kan vi ikke opfange alt med det samme,” siger Dan Poulsen, da han bliver foreholdt, at der faktisk ligger et indlæg med racistiske kommentarer den dag, interviewet finder sted.

---

”Men jeg tror, vi efter et par dage fanger det meste, også fordi vi får mange henvendelser direkte fra brugere, der klager over indlæg i debatten eller andre brugeres optræden på chatten.

Man skal huske, at vi har 700.000 profiler og 20-25.000 på ad gangen. Når så mange unge er samlet, så går nogle over stregen, og der opstår problemer.

Nogle gange bliver jeg kontaktet af forældre, der siger, at det er for dårligt, at deres børn bliver udsat for ubehageligheder på Arto.

Så prøver jeg at forklare dem, at det også er deres ansvar at følge med i, hvad deres børn laver, når de er på nettet. Gå ned på Strøget og spørg 10 forældre, om de ved, hvad deres børn laver foran skærmen, hvor de chatter og med hvem. De fleste vil ikke vide det.

Det burde de følge med i efter min mening,” siger Dan Poulsen.

**Reportage fra Center for Ungdomsforsknings konference d. 24. maj 2005 om "Ungdomskultur, seksualitet og forbrug"**

*Børn og unge er præget af store forventninger til sig selv og til deres fremtid, men forventningerne vil blive til hårdt bristede illusioner, når gruppen af marginaliserede unge eller unge uden kompetencegivende uddannelser vokser.*

# For mange stjernekyggere og lykkeriddere blandt nutidens unge

Af Marta Karolina Olsen

At mange af nutidens unge er præget af det stof, som drømme er gjort af, var et af hovedbudskaberne på den 5. årlige CeFU-konference d. 24. maj på Base Camp i København. Her mødtes næsten 200 deltagere med professionelt virke inden for børne- og ungdomskultur for at tage den aktuelle temperatur på unges forbrug, tro, seksualitet og identitetsdannelse.

"Vi lever i en tid karakteriseret af, hvad man kunne kalde for 'den europæiske illusion', hvad angår ungdomskulturens billeder af deres egen formåen og fremtidsperspektiver", sagde professor Birgitte Simonsen, leder af Center for Ungdomsforskning og konferencens første oplægsholder. "For mange unge har urealistisk vilde planer og tror fejlagtigt, at det bare handler om at række ud efter stjernerne. For hele Europa gælder det, at de unge vokser op med idealiserede forestillinger om, hvad livet kan bringe dem. I arbejdet med deres tidssvarende 'do-it-yourself'-biografier søger de i urimelig målestok

at skabe sig perfekte, succesfulde og 'rigtige' liv på alle fronter, hvilket også medfører en høj grad af selvkritik og selvbebrejdelse for fiaskoer i livet, som de unge bare ikke altid er herre over. For den sociale arv lever også i bedste velgående," understregede Birgitte Simonsen.

## 2/3-dels samfundet

Vi er i færd med at udvikle et grumt 2/3-dels samfund, under yderligere pres af globaliseringen. Sådan lød budskabet fra flere af dagens oplægsholdere, heriblandt Birgitte Simonsen, som kraftigt advarede om, at vi kommer til at opleve en tsunami-lignende effekt af 'gaming, gambling and chasing'-tendensen, især via internettets fuldstændigt frie marked for spil-tilbud, hvor endnu kun toppen af isbjerget har vist sig. Den anden væsentlige udvikling, som forskere og praktikere indenfor feltet ungdomskultur allerede nu kæmper med, er, at de fleste unge i dag vokser op med en forestilling om, at der er mere eller mindre frit valg på alle hylder, hvad



angår livsstil, livsforløb, rejseliv, professionel beskæftigelse og partnervalg – blot for at nævne et par af elementerne. Men i virkeligheden er det kun ganske få, der reelt har muligheden for at tage forholdsvis frie valg på disse områder, understregede flere af oplægsholderne på CeFU-konferencen. Det skyldes, at størstedelen slet ikke besidder de nødvendige kompetencer til at 'leve drømmene ud', men mest af alt rummer billederne og fantasien til at forestille sig, hvordan det kunne blive.

Det er ikke, fordi de unge i dag er markant forskellige fra tidligere tiders unge. Det er derimod samfundets muligheder og krav. De unge oplever i dag, at det er kompliceret og tungt at have et større ansvar for at organisere sig på egen hånd, fordi den enkeltes liv er afhængigt af indviklede institutionelle forhold. Og det stresser at vokse op med bevidstheden om, at næsten ethvert valg kunne føre til et andet liv. Måske kunne livet være anderledes.

Mange unge finder ikke fodfæste i uddannelsessystemet eller siden hen på arbejdsmarkedet, og en voksende gruppe blandt de unge er desorienterede. Det motiverer dem til at tage alt for 'spidse' eller fundamentalt urealistiske identitets-valg for at finde en vej ud af forvirringen. For det eneste, de ikke har mulighed for at vælge, er at 'stå af'.

### Skal vi punktere drømme?

I dag er en del af problemet allerede at få placeret de uddannelses-svage eller marginaliserede unge et sted, hvor de kan gøre en form for nytte. Det mener konference-deltager og specialpædagog Jeanett Skov fra UU-København, der i praksis sidder med problemstillingen. Mange af disse unge ønsker inderst inde en 'helt

almindelig tilværelse', hvad flere af konferencens oplægsholdere kunne bekræfte. Men det er ikke lige til uden kompetencegivende uddannelses kvalifikationer i et samfund, hvor ufaglærte job forsvinder.

"Skal vi gøre mere for at bryde de såkaldte 'taberes' illusioner og bidrage til at lukke ned for de unges drømmeverdener?" lød et spørgsmål fra salen, stillet af tv-tilrettelægger på TV 2's ungdomsprogram 'RundFunk', Pelle Hvenegaard. "Hvis alle unge vil forfølge deres drømme, er der nogen, som skal bremse dem," svarede professor Birgitte Simonsen. "Måske er det bedste ikke bare at tage alle de unges drømme for pålydende og så motivere dem til at forfølge bare nogle af drømmene. Det væsentlige er at styrke de unges livsduelighed, så de opbygger styrken til at skabe deres egne livs-projekter," lød rådet fra Birgitte Simonsen. For uanset valgene er de unge alligevel nødt til at findes deres egen 'rigtige' vej, som fører ud af drømmeverdenen og måske i virkeligheden frem til et helt almindeligt og helt tilfredsstillende liv.

*Marta Karolina Olsen er freelancejournalist.*

*Bogomtale*

# De følsomme drenge

Af Niels-Henrik M. Hansen

I bogen "Drengerøve" sætter forfatteren Bjarne Kim Pedersen fokus på, hvordan det er at være en ung dreng. Igennem 15 forskellige korte fortællinger præsenteres der forskellige aspekter af livet som ung dreng – midt imellem barndommens trygge land og det ukendte voksenliv. Der drikkes masser af øl og der bliver talt meget om piger i de forskellige historier, men også alvorlige emner som incest berøres. Selvom omdrejningspunktet i en del af historierne netop er øl, piger og sex, så er det gennemgående træk ved mange af historierne drengenes sårbarhed, følsomhed og usikkerhed. Det gør, at de virker autentiske og ægte, idet de minder en om, hvor svært og pinligt det kan være at være ung.

Blandt temaerne kan der bl.a. nævnes den første forelskelse, fester, racisme, piger og sex. Tekst-

mæssigt er historierne let tilgængelige, og kan med fordel bruges som afsæt for diskussioner om, hvordan det er at være ung og dreng i dag.

Forfatteren Bjarne Kim Pedersen arbejder som klubleder, og har igennem arbejdet kontakt med børn og unge, hvilket også afspejles i de 15 historier. Samtidig har han tidligere udgivet flere digtsamlinger, og bruger i dag digte i sit arbejde med børn og unge.

*Drengerøve af Bjarne Kim Pedersen kan bestilles direkte ved forlaget Ravnerock, Egensevej 42, 5450 Otterup, [www.ravnerockforlaget.dk](http://www.ravnerockforlaget.dk).*

# UNGDOMSFORSKNING

- et tidsskrift

**UDGIVES AF** Center for Ungdomsforskning ved Learning Lab Denmark, Danmarks Pædagogiske Universitet og udkommer **FIRE GANGE OM ÅRET**.

Ungdomsforskning henvender sig til alle, der beskæftiger sig med unge.

Hvert nummer **SÆTTER FOKUS PÅ** et bestemt emne. Siden tidsskriftet blev søsat i marts 2002, er en række **FORSKELLIGE EMNER** blevet belyst: ungdomsuddannelser, sex, risiko, forbrug, kriminalitet, unge i periferien, miljø, rusmidler, sorg, samt ung-til-ung som metode.

Artiklerne **SKRIVES AF** forskere, praktikere og politikere indenfor området.

Du kan **BESTILLE** tidsskriftet på [ungdomsforskning@lld.dk](mailto:ungdomsforskning@lld.dk) og finde yderligere oplysning om tidsskriftet og Center for Ungdomsforskning på [www.cefu.dk](http://www.cefu.dk).



Center for Ungdomsforskning (CeFU) er en forskningsenhed ved Learning Lab Denmark, Danmarks Pædagogiske Universitet. Centrets formål er at analysere forhold omkring unges deltagelse i samfundet, og koordinere viden og faktuelle oplysninger om unge. Centret tager i sin forskning udgangspunkt i de unges livsstil og i de brydninger, som præger hverdagen i uddannelsesinstitutioner, demokratiske organisationer og på arbejdsmarkedet.

Center for Ungdomsforskning er udviklet som en ny konstruktion inden for universitetsverdenen. Centret er tæt knyttet til en forening med medlemmer fra forskellige centrale institutioner, organisationer og virksomheder i Danmark.

Center for Ungdomsforskning modtager gerne henvendelser fra alle med interesse i ungdomsforskning. CeFU hjælper også med henvisninger og rådgivning. Hvis det passer ind i vores profil og almene interesser, kan vi igangsætte både smalle, målrettede undersøgelser og større undersøgelser. Der er også mulighed for at samarbejde med CeFU gennem samfinansierede ph.d.-stipendier eller søge om medlemskab af foreningen bag CeFU. Endelig udfører vi også foredrags- og konsulentvirksomhed i begrænset og prioriteret omfang.

Foreningen Center for Ungdomsforskning's medlemmer er: Beskæftigelsesministeriet - BUPL (Forbundet for pædagoger og klubfolk) - Center for Ungdomspædagogik - Danmarks Idræts-Forbund - Dansk Industri - Dansk Metal - Dansk Ungdoms Fællesråd - Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger - Forsvarets personaletjeneste - Frie Kostskolers Fællesråd - Funktionærernes og Tjenestemændenes Fællesråd - GODA (Foreningen Gode Alkoholdninger) - Gymnasieskolerens Lærerforening - HK-Danmark - Københavns Kommune, Uddannelses- og Ungdomsforsvaltningen - Novo Nordisk A/S - Rigspolitiet - Socialministeriet - 3F (Fagligt Fælles forbund) - Uddannelsesnævnet - Undervisningsministeriet.

## REDAKTØREN

Internettet er for gamle mennesker  
Af Niels-Henrik M. Hansen

## UNGE OG INTERNETTET

Unge og internettet  
Af Niels-Henrik M. Hansen

Unge og internettet - ikke noget særligt  
Af Johannes Andersen

Det er det de unge vil ha'!  
Af Julie Ekner Koch

Leg med status og identitet  
Af Michael Voss

Beskyttelse af børn og unge i netværkssamfundet  
Af Brit Sung-Kyung Kim Bech

Når unge går på nettet  
Af Birgitte Tufte

Bare en anden måde at snakke sammen på  
Af Michael Voss

## AKTUEL FORSKNING

For mange stjernekyggere og lykkeriddere blandt nutidens unge  
Af Marta Karolina Olsen

## BOGOMTALE

De følsomme drenge  
Af Niels-Henrik M. Hansen

# CENTER FOR UNGDOMSFORSKNING

Learning Lab Denmark // Danmark Pædagogiske Universitet // Emdrupvej 101 // DK-2400 Kbh. NV  
tel +45 88 88 99 33 // fax +45 88 88 99 28 // cefu@lld.dk // www.cefu.dk