

Tweens konstruerar identitet online – flickors och pojkars erfarenheter av sociala medier

KRISTINA ABIALA (A) OCH PATRIK HERNVALL (B)

(a) Institutionen för historia och samtidsstudier, Södertörns högskola,
Huddinge

(b) Institutionen för data- och systemvetenskap, Stockholms universitet,
Kista

Artikeln är publicerad på engelska:

Kristina Abiala & Patrik Hernvall (2013): Tweens negotiating identity online – Swedish girls' and boys' reflections on online experiences, *Journal of Youth Studies*, DOI:10.1080/13676261.2013.780124.

<http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2013.780124>

Denna version innehåller smärre ändringar.

INLEDNING

En flicka på 14 år berättar att hon ”använder datorn ungefär varje dag. Jag brukar vara inne på Facebook och kolla på olika bloggar”. Att datorer i allmänhet, och Internet i synnerhet, används mer eller mindre varje dag av vår samtids unga bekräftas av statistiska studier (Medierådet, 2010; Findahl, 2012). En av de aktiviteter som ökar med personens ålder är deltagande i sociala medier, och den ökande åldern är inte bara en indikator på ökat bruk, utan ålder är också bärare av trender. Den 14-åriga flickan fortsätter: ”Förut var jag inne på Playahead, men det är jag inte längre. Fast jag har inte tagit bort min sida på Playahead. Jag går ibland in och kollar ifall jag har fått några mejl eller inlägg i gästboken.” Varje community har sin egen karakteristik där de ungas i sin jämnårigkultur påverkar vad som är populärt och var som är (hopplöst) ute. Informanterna i denna studie fokuserar primärt på Facebook, medan tidigare populära communities som Playahaead och Lunarstorm blir betraktade som barnsliga och ute.¹ Några ungdomar har därför raderat sina konton på Playahead eller Lunarstorm, medan

andra fortsätter att vara passiva medlemmar. Dessa sociala forum är inte längre platserna en flicka eller pojke ”måste” vara på, utan påminnelser om vad som var viktigt tidigare i livet och kanske bäst lämnas åt sidan för att symboliskt understryka att personen har utvecklats och gått vidare. Den här flickans uttalanden illustrerar dessutom en ytterligare aspekt av sociala medier specifikt, och bruket av digitala medier generellt, vilket vi också skall återkomma till: skillnader i användande som kan härledas till könsnormer vilket också kan återfinnas i statistiska studier (Medierådet, 2010; Findahl, 2012).

I den följande analysen ser vi hur unga svenskar i åldersgruppen 10 till 14 år, vilka vi benämner tweens, erfar och förstår sitt bruk av sociala medier. Mer specifikt är fokus på tweens erfarenheter av att skriva sin nätidentitet, så som de kommer till uttryck i text. Intersektionell teori utgör här ett viktigt teoretiskt ramverk i strävan att förstå närvaron av sammanflätade och varandra ömsesidigt påverkande maktfaktorer och identitetsmarkörer i detta konstruerande av nätidentiteten. En betydelsefull faktor för hur sociala medier uppfattas och används bland tweens är ålder som kulturell konstruktion (Alanen, 1992; Qvortrup, 1994; Brembeck, *et al.*, 2010) och inte minst hur denna kulturella ålder är förstådd, uttryckt och förhandlad. Vi menar alltså att biologiskt kön konstitueras ömsesidigt med kulturell ålder, inte minst så som denna komma till uttryck via kamratkulturens värderingar, vilket skapar en komplex sammanflätad användarposition. Med andra ord, de erbjudanden till handling och meningsskapande som tweens uppfattar i sociala medier ses i denna studie som speglingar av redan förekommande sociala värderingar och normer.

Vi vill med denna artikel bidra till forskningen om svenska barns och ungas bruk av sociala medier genom att med stöd i intersektionell teori utforska ungas konstruktion av identitet online. Insamlingen av data skedde via öppna ”frågeformulär”, eller rundlar, som delades ut till 94 personer, vars skrivna berättelser analyserades med inspiration från Grundad teori (Creswell, 1998; Repstad, 1993; Strauss & Corbin, 1990; Taylor & Bogdan, 1984; Wolkinson, 2004. Se också metodavsnittet nedan.)

Vi inleder artikeln med en diskussion om sociala medier, ungas bruk av internet men också vuxenvärldens konstruktion av ungdomar online. Det teoretiska ramverket tar upp internetidentitet, skapandet av ett ”kroppsjag” och intersektionell teori, där vi med det senare introducerar begreppsparet barn och intersektioner. I metodavsnittet presenterar vi hur vi samlat in empirisk data och hur vi genomfört innehållsanalysen. Vi diskuterar också på vilket sätt datainsamlingen kan förstås som kreativ forskningsmetod (Gauntlett, 2007, 2011; Siibak, *et al.*, 2012). Resultaten av studien diskuteras i termer av genus, sexualitet, jämnårigkultur och folklöre online. Artikeln avslutas med reflektioner kring hur svenska tweens erfar och förstår sitt bruk av sociala medier, så som detta kommer till uttryck i deras berättelser på rundlarna.

EN KRITISK KOMMENTAR OM SOCIALA MEDIA OCH UNGA ANVÄNDARE

Sedan det tidiga 1990-talet har utbredningen och tillgången till tjänster online utvecklats dramatiskt. Medan antalet internetanvändare i slutet av 1995 inte var mer än 16 miljoner, så är det i juni 2012 mer än 2,4 miljarder användare; en ökning från c.a 0,4 % av jordens beräknade befolkning till 34,3 % (Internetworldstats, 2012). Statistik (Findahl, 2012) säger vidare att 64 % av svenska barn i åldrarna 9 till 11 år använder internet dagligen och 98 % någon gång. Motsvarande siffror för de som är 12 till 15 år är 90 respektive 100 % (sic.). Föga förvånande ökar bruket av internet med ålder upp till ca 25 år, för att därefter plana ut. Något äldre statistik (Findahl, 2010) visar att för de som är 9 till 11 år, går ca hälften av tiden på internet åt till att spela spel. Vid 11-12 år ökar intresset för sociala medier och detta bruk ökar med ökad ålder. Bruket av datorspel och sociala media är dock inte bara avhängigt individens ålder, utan också dennes genus. Datorspel är mer vanligt bland pojkar, medan sociala medier är mer vanligt bland flickor (och särskilt så i de yngre åldrarna) (Nordicom, 2012). Statistik som denna understryker att internet och digitala medier har fått en ökande betydelse i vardagslivet bland inte minst unga personer, vilket gett upphov till en omfattande begreppsflora; ”den digitala generationen” (Papert, 1996), ”nät-generationen” (Tapscott, 1998), ”digital natives” (Prensky, 2001), ”den elektroniska generationen” (Buckingham, 2002) och ”generation C” (Kalmus, Pruulmann-Vengerfeldt, Runnel & Siibak, 2009) för att nämna några sådana karakteriseringar. Begrepp som alla, på sitt sätt, vill peka på de förändrade villkoren som det samtida medielandskapet innebär för den unga generationen, i relation till för något eller några decennier sedan (se också Livingstone, *et al.*, 2011; Smahel, *et al.*, 2012)

Däremot är det ”en grov förenkling att tala om barns och ungdomars generella användning av internet, eftersom det skiljer sig mycket både till inriktning och omfattning mellan olika åldersgrupper.” (Findahl, 2010, s. 15), och i olika kontexter. Så även om en stor majoritet av svenska barn använder internet, är detta användande personligt, varierat och föränderligt. Uppfattningen att samtidens unga är digitala infödingar (Prensky, 2001) som hanterar digitala medier med en utvecklad digital kompetens behöver därför nyanseras. Dels är det en uppenbar variation i typ av tillgång och typ av användning i den heterogena ”nät-generationen” (Tapscott, 1998). Dels bygger ett begrepp som digital kompetens av nödvändighet på kompetenser och förmågor som barn utvecklar med ökad ålder och erfarenhet. Detta kan vara till exempel läs- och skrivförmåga som gör det möjligt att hitta lämplig information på internet, hantera tangentbordets gränssnitt, formulera adekvata frågor på sökmotorer, etc. (jfr Findahl, 2010, s. 9).

Även om det är en lång väg från att trycka på knappar till att ta i anspråk de nödvändiga förmågor som krävs för att använda tekniken i en mer elaborerad betydelse, finns en utbredd mytologi som placerar barn i positionen som experter på datorer och IKT (informations- och kommunikationsteknik). Detta är naturligtvis inte bara en förenkling utan också en "teknologisk exotism" (Herring, 2008) som ofta är skapad av den vuxna generationen. Som sådan är denna mytologi inte bara en illustration av uppfattningen om en svårbegriplig teknik som något underligt, besvärligt och nytt. Det är också en återspeglning av uppfattningen att unga skulle härbärgera nya och andra kompetenser än vad de själva gör. Det är alltså de vuxna som konstruerar idén om "online youth" (Herring, 2008, s. 72) och de gör det på åtminstone två sätt. Dels som producerer och/eller ägare av digitala media, är det de vuxna som styr ungas beteende (online): "Adults create and regulate the media technologies consumed by young people, and profit financially from them" (Herring, 2008, s. 72). Dels är det de vuxna själva som benämner de unga som tekniksmarta. Detta tillskrivande av vissa beteenden, kompetenser och behov är vanligt förekommande inte minst i massmedia och inom mediaforskning.

Karakteriseringen av unga internetanvändare generellt, och av deras bruk av sociala medier i synnerhet, signalerar å ena sidan en betydelsefull förändring i den samtida kulturen och å andra sidan att de unga har utvecklat en särskild form av förmågor. Även om betydelsen av digitala media, och sociala media, bland unga är framträdande, finns alltså skäl att kritiskt granska och kanske även ifrågasätta detta antagande om att de unga utvecklat särskilda förmågor (se Zimic, 2010). Uppenbart har unga, vilket inte minst blir synliggjort i sociala medier, andra handlingsmönster med andra kulturella värden, vilket skapar en komplex jämnårigkultur i en invecklad väv av maktskiktningar. Låt oss med detta titta på ett sådant område; identitetsutveckling och internetanvändande.

TWEENS OCH INTERNETIDENTITET

Bland de mer namnkunniga studierna om unga och deras konstruktion av identitet i online-miljöer är Turkles (1995) "Life on The Screen. Identity in the Age of the Internet". I detta till stor del etnografiska arbete av Turkle kan vi se en återspeglning av en mer generell (teoretisk) konflikt mellan å ena sidan en traditionell idé om en strävan mot den centrerade, enhetliga och inte minst autentiska upplevelsen av den egna identiteten, och å andra sidan en postmodern uppfattning om identiteten. Den senare kan beskrivas som rörlig ("fluid"; Turkle, 1995), icke-stabil och nomadisk (Braidotti, 1994; Kennedy, 2006). I linje med denna uppfattning av identiteten refererar Valentine (2004, s. 14) till West och Fenstermaker och beskriver "the intersection of identities in terms of a doing, a more fluid coming together, of contingencies and discontinuities, clashes and

neutralizations”: I detta flöde skapas, avkrävs och avvisas positioner, identiteter och skillnader. Den rörliga identiteten kan vidare beskrivas som icke komplett, splittrad (Haraway, 1991) och fragmenterad (Turkle, 1995). Detta medför då att identiteten, i en postmodern uppfattning, blir ett flerdimensionellt relationellt fenomen (Holm Sørensen, 2001).

Även om ungas identitet utvecklas i en process där de själva är kompetenta aktörer, sker detta i ett sammanhang där vuxenvärlden av olika anledningar önskar påverka denna identitetsutveckling. Med begreppet 'tweens', vilket inbegriper unga i åldrarna omkring 8 till 14 år, sätts fokus på en period i livet mellan barndomen och ungdomsåren där dessa tweens strävar efter det som tidigare var förknippat med tonårstiden (Cook & Kaiser, 2004). Under tweens-åren ökar ungas uppmärksamhet mot vilka de är och vad de vill bli, vilket både stötts och begränsas av vuxna. Tweens är, i detta perspektiv, i en livsfas där de unga kräver och får en ökad autonomi, men är samtidigt beroende av vuxna för pengar, mat, kläder, husrum etc. och måste därför acceptera de vuxnas regler (Cook, 2005; Kaare, *et al.*, 2007). Marknadens ökade fokus på denna åldersgrupp understryker ytterligare vuxnas påverkan (Korsvold, 2012; Lindstrom, 2003; McNeal, 1992). Ett sådant exempel är att det är vuxna som utvecklar, driver och tjänar pengar på digitala och sociala medier. Samtidigt är det inom dessa ramverk, så som de är definierade av vuxenvärlden, som tweens kan uppleva en relativ frihet i bruket av sociala medier och andra former av interpersonella tjänster online (Kaare, *et al.*, 2007; Hundley & Shyles, 2010). Vi använder därmed begreppet tweens för att belysa hur barn, oavsett om de är 10, 12 eller 14 år gamla, står inför ett antal utmaningar som är förstärkta i, och kanske t.o.m. unika för, det samtida samhället: ökad autonomi, marknadssegment, uppmärksamhet på personlig identitet, etc. Dessa utmaningar skulle kunna benämnas som socio-kulturella utvecklingsuppgifter (jfr Qvarsell, 1988; Hernwall, 2001), där en av de mer framträdande utvecklingsuppgifterna rör förväntan att *bli* någon, vilket i samtidens digitaliserade samhälle blir möjligt bland annat genom konstruktionen av en online-identitet.

Ett underliggande antagande hos Turkle (1995), och i viss mån även hos Haraway (1991) liksom i flera andra studier (t.ex. Bruckman, 1993; Stone, 1995; Petkova, 2005) är att möjligheten att agera anonymt på internet inte bara uppmuntrar till utforskning av identiteten, utan också bär med sig en emancipatorisk potential (Rheingold, 1993; Stone, 1995). Här blir begreppet identitets-experiment framträdande, som hos Baym (1998) och Mowbray (2000), i betydelsen konstruktionen av nya eller alternativa identiteter i avsikt att presentera sig själv som någon (eller något) annat än det fysiska jaget. Samtidigt visar empiriska studier (Nakamura, 2001) att konstruktionen av online-identiteter snarare än att uppmuntra till ett fritt experimenterande har karaktären av ”identity tourism” där etablerade sociala strukturer och hierarkier upprepas.

Detta (re)presenterande av det egna jaget i sociala medier återfinns alltså främst som en spegling av samhälleliga ofta dualistiska maktstrukturer koplade till genus, ålder, sexualitet, etnicitet (etc.) (Cooper, 2007; Hernwall, 2009; Li, 2005; Nakamura, 2002; Siibak, 2010). Så snarare än att uppmuntra till ett utforskande av identiteter som tidigare varit ett återkommande argument om de sociala mediernas emancipatoriska potential (Turkle, 1995; Stone, 1995; Haraway, 1991), erbjuder kommunikationen online en möjlighet att laborera med den komplexa väv av samhälleliga maktstrukturer som utgör bas för den flytande och relationella identiteten, och som är sammanflätad med media och reklamindustrins värderingar och förväntningar (Bordo, 2003; Nakamura, 2002; Siibak, 2006, 2007, 2008; Young 2008; Strano 2008; Mikkola *et al.*, 2008). Kennedy (2006, s. 872) skriver: "Early celebrations of the possibilities of online identity play have been grounded more recently by empirical research, which has proposed a more complex range of relationships between online and offline identity. This research has problematized some of the key terms of Internet identity research and pointed to the need to understand virtuality in relation to and as part of reality". (Se också t.ex. Hernwall, 2005; Bakardjieva, 2005; Tapscott, 1998; Buckingham & Willett, 2006.) Sociala medier har alltså med den ökade spridningen och tillgången blivit en del av ungas vardag och med det blivit en viktig del i det relationella identitetsbygget.

Det är uppenbart att samtidens svenska barn och unga tonåringar växer upp i ett samhälle där internet, mobiltelefoner och sociala medier är lika självklart som tv:n var på 1980-talet. Men hur upplever de själva sitt identitetsarbete online, och hur är detta relaterat till deras vardagsliv i en bredare betydelse? Ett framträdande tema i sociala medier är (konstruktionen av) identitet, där den allestädes närvarande frågan "Vem är du?" (jfr Hernwall, 2009) ställer krav vid registrering på sociala medier, vid (re)konstruktionen av identiteten online och vid benämning och framhävande av de aspekter av det egna jaget som andra kan se och ta del av. Kennedy (2006, s. 861) menar att "online identities are often continuous with offline selves, not reconfigured versions of subjectivities in real life" och att det därför är nödvändigt att "go *beyond* internet identities" (ibid, s. 861) för att förstå samspelet mellan de dualistiska och i en mening date-rade kategorierna online och offline, mellan det virtuella och det reella. Förstått på detta sätt är det virtuella endast en aspekt av vardagen där identiteten rör sig och uttrycker olika dimensioner i olika sammanhang (som familjen, skolan, sociala medier, jämnårigkulturen, etc.). När tweens agerar i sociala medier som Lunarstorm, Bilddagboken eller Facebook och skriver sin identitet (Hernwall & Siibak, 2011; Siibak & Herwnall, 2011; Kaare *et al.*, 2007) ger de också uttryck för skilda modala kompetenser (se Kress, 2010).

KONSTRUKTIONEN AV ANVÄNDARPROFILER I SOCIALA MEDIER

Den visuella representationen av identiteten som tar form i det virtuella rummet – kropps-jaget eller ”the body-self” (Hernwall, 2009; se även Sparkes, 1996) – är ett personligt uttryck av en reflekterad och samtidigt fysisk identitet. Denna visuella representation gör identiteten mer ”levande” än en inre mental representation av identiteten, vilket förstärks av dess interagerande med andra sådana representationer. Detta kropps-jag är något som både subjektet själv liksom andra kan interagera med. Genom att kropps-jaget både påverkar och påverkas, representerar det därför en möjlighet för den sociala relationella identiteten.

Att skapa ett kropps-jag online är ett intentionellt handlande som använder och mixar olika semiotiska element såsom typografisk text, bilder, ljud, grafisk stil, samt dessutom komposition och integration av dessa semiotiska element (jfr Kress, 2010; Kress and van Leeuwen, 2006; Gilje & Erstad, 2007). Detta kropps-jag kan uttryckas på två nivåer. Den ena nivån är den explicita presentationen av personen. Till exempel; ”Mitt namn är Robin. Jag bor i Stockholm och jag är 12 år.” Den andra och mer implicita nivån är där subjektet berättar om sina intressen med hjälp av semiotiska element som skriven text och foto, färg och grafiska element, hyperlänkar, intertextuella kommentarer eller referenser till fenomen i den omgivande (medie)kulturen, etc. (Hernwall & Siibak, 2011; Siibak & Hernwall, 2011). Denna presentation av kropps-jaget i sociala medier beskriver boyd som: ”Profiles both represent the individual and serve as the locus of interaction. Because of the inherent social – and often public or semi-public – nature of profiles, participants actively and consciously craft their profiles to be seen by others” (boyd, 2010, s. 43).

Konstruktionen av en användarprofil i sociala medier är i sin komplexitet ett personligt och självreflekterande uttryck som speglar samhällliga värderingar och strukturer. Denna självreflekterande process är sammanflätad med konsumtionen av mediers budskap om utseende, om att ta hand om den egna kroppen, om betydelsen av det yttre (Bordo, 2003). Inte minst under tweens-åren är skapandet av den egna kroppen och den egna identiteten (såväl som biologisk mognad/förändring och som inre mental process) betydelsefull, vilket speglar en kultur där identiteten är en mångdimensionell och relationell reaktion på den ständigt närvarande utmaningen i det samtida samhället att (om)skapa och (om)tolka sig själv (Holm Sørensen, 2001).

BARN OCH INTERSEKTIONER

De meningserbjudanden (eller affordances; Gibson, 1979; Qvarsell, 1988; Hernwall, 2001) individen uppfattar i ett populärt socialt nätverk (Facebook, Bilddagboken etc.) är sammanflätade med hens livsvärld. Sammanflätningen

av kulturella värderingar, sociala förväntningar och personliga motiv är dessa meningserbjudandens fundament. Genom att ta denna sammanflätning som en utgångspunkt för att förstå mänskligt handlande, där meningserbjudanden utvecklas i ett socio-kulturellt sammanhang, betyder att dessa meningserbjudanden är oskiljaktiga maktfaktorer och identitetsmarkörer som genus, ålder, etnicitet, sexualitet, fysisk funktionsförmåga, klass, osv. Eller, med andra ord, meningserbjudanden bär med sig faktiska likväl som upplevda maktstrukturer.

Intersektionell teori (Lykke, 2003, 2010; McCall, 2005; de los Reyes & Mulinari, 2005) visar att maktfaktorer och identitetsmarkörer som "ålder" och "barn" skall förstås som sammanvävda med andra analytiska kategorier som genus, etnicitet, klass, etc., vilka ses som förhandlingsbara sociokulturella kategoriseringar som ömsesidigt påverkar och påverkas av mänskligt tolkande och handlande (jfr Lykke, 2010). Det intersektionella perspektivet ser därmed identitet som ett "fluid coming together" (Valentine, 2004, s. 14) av samlade strukturer, processer och subjektiviteter. Detta innebär ett 'doing-gender' perspektiv. I konsekvens med att genus görs, görs ålder, görs etnicitet, och så vidare. Dessa samlade och oupplösligt sammanflätade kulturellt konstruerade maktfaktorer och identitetsmarkörer är betydelsen av kategoriseringar som genus, ålder och etnicitet förhandlade och utmanade i jämnårigkulturen. I den intersektionella teorin är fokus på sammanflätningen och den ömsesidiga påverkan av sådana analytiska kategorier, och inte hur unika sådana kategorier uttrycks.

Då den kulturella konstruktionen av ålder är en väsentlig markör för social stratifiering, blir barnet underordnat den vuxne (föräldern, läraren, etc.) (Mayall, 2000) vars perspektiv eller argument sällan behöver rättfärdigas i relation till barnet. Att ålder är en viktig identitetsmarkör bland barn är uppenbart. I många av vardagens situationer är barns beteende och möjligheter begränsat och bedömt med referens till deras biologiska ålder. Detta är tydligt redan i barnens egen jämnårigkultur där *biologisk ålder* är en viktig kategorisering, inte minst i barnens egna strikta hierarkier (Ziehe, 2005). Ålder som ett instrument för kategorisering och skapandet av generationsordning (Alanen, 1992) är inte unikt för barnens jämnårigkultur, utan är allmänt förekommande. Individens *kulturella ålder* (t.ex. kategorierna barn, tween, tonåring, ung, medelålders, gammal, o.s.v.) är alltså inte detsamma som hens biologiska ålder. För att ytterligare understryka komplexiteten i konstruktionen "ålder", blir barn ofta bedömda med referens till deras (tänkta) *teoretiska ålder*, vilket är frekvent förekommande inte minst i utvecklingspsykologisk teoribildning där idéen om mänsklig utveckling som följande ett antal kausalt ordnade utvecklingssteg är återkommande. Så snarare än att bli bedömda efter deras faktiska kompetenser, blir barn ofta bedömda utifrån deras biologiska, kulturella och/eller teoretiska ålder – alla konstruktioner och oupplösligt sammanflätade.

Som med genus uppmärksammar tweens-begreppet den kulturella dimensionen i ålders-begreppet. Samtidigt är det viktigt att betona att barn (tweens, tonåringar, o.s.v.) uppfattar fenomen i världen inte bara på andra sätt än vuxna, utan också att redan kategorin ”barn” är heterogen med hänvisning till makt-faktorer och identitetsmarkörer som genus, kön, etnicitet, ålder, socio-ekonomisk situation, o.s.v. Även om det alltså finns stora variationer inom den analytiska kategorin ”barn”, visar Brembeck (*et al.*, 2010) att i princip alla barn är underordnade vuxenvärlden baserat på juridiska, ekonomiska och politiska faktorer. Utifrån en intersektionell teori är det tydligt, menar vi, att analytiska kategorier som genus, ålder och sexualitet är framträdande bland de unga i denna studie och deras konstruktion av identitet i sociala medier.

METOD

Herring (2008) menar att det är viktigt att undvika teknologisk exotism och att det kräver en blick bortom teknologisk fascination för att istället uppmärksamma den faktiska användaren: ”The argument concludes by calling for a paradigm shift in research on youth and new media, one that tempers exoticism by moving away from a fascination with *technologies* to a focus on young *people* themselves and their communicative needs as they happen to be expressed through particular media.” (Herring, 2008, s. 2). Som vi beskrivit ovan, är vår ambition med denna studie att undersöka hur tweens erfar och förstår *sitt eget* användande av sociala medier, och i synnerhet deras erfarenheter av att skriva sin identitet i sociala medier. Detta fokus i kombination med en medvetenhet om barns underordnade position ger oss en grund för argumentet att vi åtminstone minskat risken för exotism av vare sig teknologin eller barnen.

Rundlar (se bilaga A) med olika sociala mediers grafiska symboler och begrepp tryckta i marginalerna delades ut till barn i två skolor i Stockholmsregionen. Ett större område i mitten av rundlarna erbjöd möjligheter för barnens egna reflektioner. Denna uppgift är inspirerad av Gauntletts (2007) begrepp ”kreativa forskningsmetoder”, vilket söker nya vägar bortom mer traditionella datainsamlingstekniker som intervjuer, observationer eller enkäter och fokuserar deltagarnas egen produktion. Det unika med denna metod, i förhållande till en mer etablerad deltagande (med)forskning och andra aktionsorienterade och visuella metoder står att finna i en uttalad uppmuntran till deltagarna att ”spend time applying their playful or creative attention to the act of making something symbolic or metaphorical, and then reflecting on it” (Gauntlett, 2007, s. 3). Uppgiften introducerades som att ”med inspiration av rundlarnas texter och bilder, skriv en – faktisk eller påhittad – berättelse som handlar om användandet av nätcommunities”. I samband med denna introduktion betonade vi också att de vi inte skulle avslöja deras namn (konfidentialitet) och vi berättade också hur

resultaten skulle användas. Rundlarna, som blivit godkända av respektive skolledare och elevernas lärare, delades ut och fylldes i under lektionstid. Åldrarna på de 45 flickor och 48 pojkar (samt en person som inte angav sitt kön) varierade från 10 till 14 år.²

Tabell 1. Rundlarna, genus och ålder.

Ålder	Flickor	Pojkar	Inte angivit	Totalt/åldersgrupp
10	9	11	1	21
12	10	12	-	22
14	26	25	-	51
n	45	48	1	n=94

Med utgångspunkt i berättelserna sökte vi efter mer generella mönster med särskilt fokus på maktfaktorer och identitetsmarkörer som ålder, genus, sexualitet, etnicitet, etc. Tolkningen av berättelserna på rundlarna gjordes genom en systematisk innehållsanalys, med konstant jämförande metod inspirerad av Grundad teori (Glaser & Strauss, 1967; Creswell, 1998; Taylor & Bogdan, 1984; Wilkinson, 2004). Kodning står här för "the operations by which data are broken down, conceptualized, and put back together in new ways" (Strauss & Corbin, 1990, p. 57). Detta gjordes genom att ställa frågor till deras texter: Vad är detta? Vad representerar detta? Genom en analys rad-för-rad i texterna genomfördes en öppen kodning, vilket enligt Glaser och Strauss (1967) är den mest detaljerade och den mest generativa formen av analys.

Berättelserna analyserades för varje åldersgrupp och jämfördes senare. Detta kvalitativa empiriska underlag ger oss en fördjupad kunskap genom möjligheten att komma närmare tweens egna erfarenheter, även om det inte ger oss möjligheter att dra några generella slutsatser om svenska barns identitetskonstruktioner i sociala medier. Uttalandena på dessa rundlar kan också relateras till de tidigare studier vi gjort i forskningsprojektet med underlag i intervjuer med tweens (Siibak & Hernwall, 2011) och bilder publicerade på sociala medier (Hernwall, 2009; Hernwall & Siibak, 2011).

Det är uppenbart att tydligheten i och omfattningen av berättelserna är beroende av barnens ålder. De yngre barnen (10 år) tenderar att vara mindre utvecklade i sina berättelser än de äldre barnen (14 år). Detta kan förstås som en spegling av mognad, i termer av erfarenheter av skrivande, vokabulär, bruket av sociala medier, och så vidare. Berättelsernas längd tenderar alltså att öka med ökad (biologisk) ålder. Men hur barnen lär sig förstå och förhålla sig till olika typer av sociala medier är i första hand en fråga om kulturell ålder och (kulturellt)

genus inom ramarna för deras jämnårigkultur. Det är också denna aspekt som vi kommer att särskilt uppmärksamma i den kommande analysen av hur de erfar och förstår sitt bruk av sociala medier och som presenteras under rubrikerna "genus och sexualitet", "jämnårigkultur och erkännande" samt "folklore i sociala medier". Vi inleder denna del med en kort kommentar om sociala medier och unga användare.

TWEENS KONSTRUERAR IDENTITET ONLINE

I många av berättelserna på rundlarna är vänner och relationer är ett återkommande och framträdande tema, även om sättet detta uttrycks på varierar med ålder och genus. Platsen att vara på, det sociala nätverk som är det ojämförligt mest populära oavsett ålder är Facebook. När studien genomfördes (oktober-november 2009) var Facebook vad "alla" använde; de själva, syskon, vänner. Och Facebook har en attraktionskraft som inte längre gäller för tidigare populära (och hösten 2009 fortfarande existerande) sociala nätverk som Playahead och Lunarstorm.

GENUS OCH SEXUALITET

Redan bland de 10 år gamla barnen är användandet av datorer och internet genusmärkta. I denna studie chattar såväl flickor som pojkar, oavsett ålder. Däremot är det endast de äldre flickorna som bloggar, och det är fler pojkar än flickor (10-14 år) som spelar spel. Dessa sätt att använda digitala medier speglar kulturella normer och förväntningar, snarare än inneboende biologiska skillnader. Dessa genusmärkta användarmönster förekommer alltså redan vid 10 års ålder, vilket kan illustreras med dessa två citat:

"Jag går in i Facebook och spelar spel. Typ crazytaxi, snake eller Maffia Wars." (Pojke 10 år)

"Jag brukar chatta med mina kompisar på msn." (Flicka 10 år)

För de yngre pojkarna ser Facebook primärt ut att vara en plats för att spela spel, och inte en plats för att ta del av socialt nätverkande. För flickorna är det snarare tvärtom. Givetvis har spel som Mafia Wars sociala dimensioner, även om dessa inte är lika utvecklade som i till exempel Counter-Strike. Dessa skillnader i användande mellan å ena sidan pojkar som spelar och å andra sidan flickor som bloggar kan förstås som genus- och åldersmärkta användarmönster

Vid 14 års ålder är har deras fokus på genus och sexualitet ökat. Ofta bokstavligen understryker pojkarna sitt genus ("pojke") på rundlarna och bland dessa pojkar är kulturell ålder tillsammans med sexualitet förstärkt genom att visa

intresse för pornografi – något som inte rapporteras bland flickorna. Där finns exempel på pojkar som presenterar sig själva som sexuellt aktiva och som användare av pornografi. De använder även referenser till pornografiskt innehåll som del av jämnårigkulturens folklöre (jfr rubrik nedan). En pojke som benämner sig själv som ”Pojke Pojke penis Pojke” listar ett antal (autentiska eller fejkade) URLer:

”pornyhub.com, Hasses.se; youporn.com, dinmamma.se, xxx.se, facebook.se, knulla.se, brazzers.com, Fjortis.com” (Pojke 14 år)

Oavsett om dessa sajter är autentiska eller resultatet av den här pojkens fantasi, är de illustrationer av en jämnårigkultur där det är accepterat att pojkar är sexuellt aktiva och undersökande, medan flickor i samma ålder ger röst åt en lika förväntad genusmärkt och åldersmärkt position: pornografi är något som flickor (i den här åldern) skall ta avstånd från. I nästa berättelse hamnar huvudpersonen, ”Lingon”, på en pornografisk sajt efter att ha råkat stava fel på hemsidans URL:

Hon klickade på enter och väntade på att sidan skulle ladda upp. Men det var inte bilddagbokens sida som kom upp utan en PORRSIDA! ”Lingon” blev förskräckt och undrade vad som hade gått fel. Då såg hon att hon hade skrivit fel. (Flicka 14 år)

Notera ”Lingons” reaktion, där hon blev förskräckt och sedan undrade vad som gått fel, för att i nästa stund konstatera att hon hade gjort ett misstag. Naturligtvis kan dessa skillnader i pojkarnas och flickornas berättelse vara slumpmässiga, men det väsentliga är att de speglar genusmärkta beteendemönster där flickan förväntas vara passiv (och ogillande) medan pojken skall vara aktiv (och gillande). I detta perspektiv blir användarpositionen en illustration av kulturella normer och värderingar vilka påverkar hur individen kommer att tolka och förstå det som sker. En ytterligare dimension av detta är att flickor förväntas löpa större risk för att bli ofredade online är pojkar (Brå, 2007). Medvetenheten om dessa hot är också något som ökar med ålder, oavsett individens genus (jfr Dunkels, 2007). Detta betyder att de sociala mediernas meningserbudanden är genusmärkta även i detta sammanhang, där unga tonårsflickors möjliga handlingar blir begränsade på ett sätt som pojkars sällan blir.

Det betyder inte att det är bara flickor som upplever hot när de är online. En 12-årig pojke ger uttryck för rädsla i en fiktiv berättelse om en pojke (Pål) som blir lurad av en äldre man på ett webbcommunity, vilket får ett dramatiskt slut genom att pojken blir dödad: ”Pål försökte springa ifrån men den andra var för snabb. Han tog honom och mördade honom med kniv.” (se nedan under rubriken ”Folklöre i sociala medier” för längre citat). Ytterligare en pojke, den här gången 14 år gammal, beskriver hur hans fiktiva karaktär blir kontaktad av en man men här får historien ett annat slut. Pojken beskriver dramatiskt hur

mannen kommenterade i hans gästbok på det sociala forumet och hur mannen föreslog att de skulle mötas: ”Den personen som skrev det kände jag ej, han var helt random.” (Pojke, 14 år). Berättelsen avslutas med att ”Jag skev tillbaka äckel gubbe stick härifrån.” (Pojke, 14 år).

Medan denna 14-åriga pojkes berättelse uppmärksammar hur pojken som blir utsatt för övergrepp aktivt skapar en lösning, är reaktionen hos kvinnliga huvudpersonen i den här 12-åriga flickans berättelse en annan. När huvudpersonen i hennes berättelse får nedlåtande kommentarer från en pojke på de bilder hon publicerat, reagerar hon snarast med uppgivenhet:

Hon blev ledsen. Hon sa det till hennes kompis på msn om vad som hände. Kompisen sökte på namnet på killen som sa fula ord. Det var hennes bror. Han sa förlåt. (Flicka, 12 år)

Angriparen kan, som i den här berättelsen, mycket väl vara en bekant person. För den kvinnliga huvudpersonen i den 12-åriga flickans berättelse är hennes position som offer för ett övergrepp olöst, medan pojken i berättelsen ovan själv löste situationen. Det verkar också generellt vara vanligare för flickor att uppehålla sig vid offrets känslor och tankar, medan pojkarna oftare söker lösning och med det själva aktivt förändrar villkoren för sitt agerande i sociala medier. Detta är välbekanta könsstereotyper som redan är bekanta inte minst via massmedia (Bordo, 2003; Hernvall, 2009).

Det är i sammanhanget viktigt att understryka att majoriteten av barnen i den här studien inte refererar till pornografi eller pedofili. Däremot är tematiken intressant då den belyser hur biologisk ålder, kulturell ålder, genus, sexualitet och jämnårigkultur är sammanflätade och ömsesidigt påverkande storheter i tweens online-kultur.

JÄMNÅRIGKULTUR OCH BEKRÄFTELSE

Det självklara skälet att vara online är för att vännerna är det:

En viktig sak för mig på Internet är Facebook. Det är nästan det enda jag gör på nätet. På den sidan kan man chatta med polare, lägga ut bilder och spela spel. En annan bra sida är msn. På msn får man ofta tag på kompisar, för det är en sida som typ hela Sverige har. (Pojke, 14 år)

Hur dessa vänner upplevs förändras med ålder. När ålder som här är en sammanflätning av biologiska och kulturella aspekter, återspeglas personens växande frihet och autonomi i både en ökad beredskap att ta hand om sig själv och söka nya vänner och relationer, och i de kulturella förväntningarna om att detta skall ske. Ett av de huvudsakliga meningserbudanden som tas i anspråk via tekniken är de sociala möjligheterna, att vara del i ett socialt sammanhang. Det som

framför allt nämns i rundlarna, oavsett ålder och kön, är att prata med vänner via MSN, Facebook eller något annat socialt media.

Jag chattar med mina kompisar på msn (Flicka, 10 år)

Jag chattar med mina kompisar på msn (Pojke, 10 år)

Jag går in i Msn oftast för att jag kan hålla kontakten med mina kompisar och kusiner. I MSN så chattar man med kompisar eller vem man har i listan, man kan spela mot varandra olika MSN spel. (Flicka, 12 år)

Msn är en rolig sak för att inte tappa kontakten med msn kan man t.e.x. chatta med vänner och familjemedlemmar och så vidare. (Pojke, 12 år)

Jag brukar vara inne på facebook och msn. På msn brukar jag chatta med mina kompisar och på facebook kollar jag på mina kompisar bilder. (Flicka, 14 år)

När jag är inne på internet är jag inne på Facebook. [...] Jag är nästan aldrig inne på MSN, men när jag är [inne på MSN] kollar jag på min mail. [Jag brukar också spela spel på Facebook.] Jag chattar aldrig på MSN. (Pojke, 14 år)

Dessa citat är bara några av alla de uttalanden som säger att sociala media som MSN eller Facebook uppmuntrar till kontakt med vänner och familj. Oavsett ålder är detta det främsta skälet att använda datorer och internet, så som det framställs i berättelserna på rundlarna. Att kommunicera med vänner, och i några fall också familj och släktingar, speglar också hur individens autonomi ökar med ålder.

Då det blivit en del av vardagen att vara online, har detta online blivit sammanflätat med offline och utgör snarast dimensioner av en och samma livsvärld. En livsvärld som i den andra medieåldern (Poster, 1995) erbjuder användarna såväl nya sätt att kommunicera och möjligheten att vara både producent och/eller distributör av deras virtuella jag. Med ökad ålder tar barn i anspråk alltmer material och funktioner på internet, vilket inte bara är en fråga om teknisk färdighet utan också att deras levda värld blir allt större. Å ena sidan kan detta förklaras med deras ökade frihet/autonomi att kunna agera utifrån det egna intresset utan att bli kontrollerade av vuxna. Å andra sidan handlar det om att de erövrar alltmer komplexa kognitiva färdigheter. Ett tydligt exempel är hur bloggande, som ju bland annat kräver en relativt utvecklad förmåga till kommunikation via skriven text, blir mer och mer intressant bland flickorna när det blir äldre. Noterbart är att bloggande inte alls nämns bland de 10 och 12 år gamla barnen

i den här studien. Deras fokus i första hand är på vänner, familj och släktingar. För flera av de 14-åriga flickorna har bloggande däremot blivit ett huvudsakligt intresse:

När jag hör ordet internet så tänker jag på bloggar och chatsidor. På internet kan man göra egna sidor. Vissa sidor är bra vissa är dåliga. Man kan göra bloggar som speglar sin egen personlighet av kanske en dagbok eller något liknande. (Flicka, 14 år)

Bloggen, eller kanske snarare möjligheten att presentera sig för andra, beskrivs som något som ”speglar sin egen personlighet”. Förstått på detta sätt är bloggen en viktig arena för återkoppling på identitetskonstruktionen, och där är det i första hand är vänner som är källa till såväl inspiration som kritik. Detta hindrar dock inte att det finns en möjlighet att via bloggen nå en betydligt vidare publik och kanske till och med de omtalade femton minuternas berömmelse:

En gång blev min blogg nominerad till veckans blogg. Då blev jag jätteglad!!! Men jag vann tyvärr inte : (

Och en annan gång då kända bloggaren Foki kommenterade i min blogg blev jag också super duper glad! (Flicka, 14 år)

Motsvarigheten till berömmelsen via bloggen har ingen motsvarighet hos vare sig pojkar som är 14 år eller de yngre barnen i den här studien.

Medan barnen i 10-årsåldern framför allt chattar med vänner – ”Jag skriver till mina kompisar som jag har känt länge och jag skriver till mina kusiner” (Pojke, 12 år) – förekommer det bland de som är 12 år att de även är producer av innehåll. Vanligaste exemplen på att de publicerar material på internet är foton på sociala forum och filmer på YouTube. Bloggande, som alltså nämns av några av de 14-åriga flickorna, är en än mer utvecklad form av innehållsproduktion (jfr begreppet ”web 2.0”). Den huvudsakliga skillnaden mellan de yngre (10 och 12 år) och de äldre (14 år) barnen, bortsett att de äldres berättelser är längre och mer utvecklade, är att även ger uttryck för personliga reflektioner om användandet av internet och dess värden. Där ett av de mer framträdande värdena är att kommunicera med vänner, vilket gör att jämnårigkulturen blir en väsentlig referensram.

FOLKLORE I SOCIALA MEDIER

När internet tagits i anspråk och blivit en del av vardagen för jämnårigkulturen utvecklas också en teknikrelaterad folklore. Denna folklore bygger på de delade erfarenheter som de unga har gemensamt, där de inom ramarna för dess värdesystem uttrycker inte bara den egna identiteten utan också storheter som ålder,

genus, sexualitet och etnicitet (för att ta några exempel). Att det förekommer en ungdomskulturell folklöre i sociala medier har vi redan sett exempel på: Några av de äldre pojkarna uttryckte sexualitet med hjälp av påhittade namn på pornografiska internet-sidor som "dinmamma.se" och "andersmamma.org". Dessa fiktiva sidnamn följer mönstret för hur web-adresser, eller domänadresser, skapas (domännamn och toppdomän), men ger i namnen uttryck för sitt eget sexualiserade innehåll, vilket samtidigt signalerar kreativitet och att de behärskar det aktuella fältet.

Ett ytterligare område där jämnårigkulturens folklöre återfinns i de ungas berättelser om farorna med okända människor som tar kontakt på internet. En 12-årig pojke berättar en fiktiv historia där en person (Paul) blir lurad i ett socialt forum (Habbo.se) genom att förmås att lämna ifrån sig sitt telefonnummer i utbyte mot mynt att använda på forumet. Historien slutar med att Paul blir dödad:

"En dag efter skolan gick Pål in på Habbo.se. Han är 9 år och har precis fått en egen dator men kan inte så mycket om den liksom hans mamma som heter Susanne. Hon kan inte heller någonting om datorer. Habbo.se är den enda spelsidan som Susanne har hört talas om. Hon har sagt att Pål kan bli medlem där. Han gick nu in med sin gubbe, som heter Pål34. Sedan in på Habbo-hotel. Han klickade på det där stället där man badar. Han hoppade i poolen. Inte i verkligheten utan hans habbo-gubbe. Sedan kom det en annan habbo. Han frågade om han ville ha habbo-mynt. Då kan man köpa saker som finns i Habbo. Pål skrev att han gärna vill ha habbo-mynt. Den andra frågade då vilken stad han bor i. Pål svarade att han bodde i Sundsvall. Då skrev en andre ett telefonnummer och att han skulle ringa det.

Han hämtade telefonen och tryckte numret. Det var någon som sade att han nu har fått 50 habbo-mynt. Men han blev lurad. I stället tog den andra personen reda på vem Pål är, men det visste inte han. Nästa morgon gick han till skolan. Det är en kort bit, men när han var halvvägs så såg han en kille som sprang emot honom. Det var han på habbo. Pål försökte springa ifrån men den andra var för snabb. Han tog honom och mördade honom med kniv. (Pojke, 12 år)

Det potentiella hotet från pedofiler är alltså här uttryckt i ett folkloristiskt sätt; en mytisk bild av en förövare som via sociala medier letar upp offer, en berättelse vars tema återkommer hos många barn. Naturligtvis kan här finnas en grund i verkliga händelser och erfarenheter, och dessa hot skall på intet sätt föringas.

Den folkloristiska dimensionen menar vi återfinns i hur hot på internet generellt, och sociala medier i synnerhet, blir återberättade och en del av en gemen-

sam ålders- och genusmärkt kollektiv berättelse. Denna berättelse är inte bara dramatiskt, utan ofta också fostrande (som i exemplet ovan med Pål som blir mördad). I dessa berättelser är flickor oftare än pojkar beskrivna som offer och förväntas också anpassa sitt beteende till dessa (erfarna eller fiktiva, reella eller lärda) hotbilder. Medvetenheten om dessa potentiella hot ökar också med ålder.

I jämnårigkulturen utvecklas en gemensam förståelse för vad som är inne och vad som inte är det. Det kanske tydligaste exemplet på detta i det empiriska underlaget är hur det tidigare så populära sociala mediet Playahead på kort tid blivit helt ute och ofta benämns ”fjortis”:

Att vissa sajter är fjortis och där vill man inte vara (Flicka, 14 år)

Även om begreppet ”fjortis” har sitt ursprung i en benämning på den biologiska åldern 14 år, har begreppet inom jämnårigkulturen bland unga blivit ett nedlåtande och pejorativt uttryck. ”Fjortis” beskriver ett sätt att klä sig, bete sig och uttrycka sig som är samtidigt ”wannabe” och barnslig.

I denna tolkningskontext är vissa sociala medier dömda som oåterkalleligt daterade av jämnårigkulturen. Redan nämnda Playahead är som sagt det tydligaste exemplet, som på mycket kort tid gått från att vara ett av det mest populära sociala medierna i Sverige till att bli hopplöst ute. 2007 hade Playahead runt 1 miljon användare (lejonparten svenska användare), men sent 2009 när den här studien genomfördes bedömdes som en plats ”där man inte vill vara” som flickan ovan uttryckte det. Detta skulle kunna betraktas som ett exempel på hur unga människor använder sin makt helt enkelt genom sina användarmönster. Samtidigt är det få exempel på att de skulle vara medvetna om denna makt, vilken alltså snarare är en konsekvens av deras handlingar än en medveten strategi. Oavsett graden av medvetenhet bland de unga, så visar ändå detta exempel på hur snabbt användarmönster förändras på den makt de som användare har redan genom sitt sätt att använda sociala medier. Användarmönster som är svåra förutsäga och sannolikt än svårare att styra.

AVSLUTANDE REFLEKTIONER

I denna studie om unga människors bruk av sociala medier har svenska tweens, unga i åldrarna 10 till 14 år, bidragit genom att skriva korta berättelser om sina erfarenheter av sociala medier generellt och konstruktionen av identitet online i synnerhet. De uppmuntrades att skriva ner personliga erfarenheter på rundlar (se bilaga A), vars innehåll analyserades med hjälp av innehållsanalys. I diskussionen ovan om identitetskonstruktion i sociala medier presenterades tre teman: genus och sexualitet; jämnårigkultur och bekräftelse, samt; folklore i sociala medier. Intersektionell teori användes för att fördjupa förståelsen för de maktfaktorer och identitetsmarkörer som är närvarande i individens identitetsprocess.

I ungas vardagsliv (Bakardijeva, 2005; Buckingham & Willett, 2006), där on- och offline vävs samman, är bekräftelse från jämnårigkulturen viktigt. Denna jämnårigkultur är en framträdande referensram i den relationella identitetsutvecklingen där kropps-jaget bokstavligen *skrivs* av användaren som producent och distributör.

Tweens-begreppet har i denna studie riktat uppmärksamheten inte bara på hur massmedia påverkar ungas konstruktion av kropps-jaget. Det har också öppnat upp för en förståelse för hur detta kropps-jag är skapat och förhandlat som en produkt som till stora drag speglar redan kända maktfaktorer och identitetsmarkörer (som genus, ålder, sexualitet, etnicitet). Betyder detta att identitet är något som individen gör reklam för, och som hen konsumerar? Möjligen leder det argumentet för långt (jfr Hernwall, 2009). Ändå är ungas relationella identitet förhandlad i intersektionen mellan on- och offline, vilket i sin konsekvens gör traditionella dualismer som privat och offentligt om inte daterade så åtminstone i behov av förnyad uppmärksamhet.

Den tydligast framträdande intersektionen hos de som deltagit i denna studie är ålder och genus. Dessa två identitetsfaktorer möts, interagerar och ömsesidigt skapar varandra i den köns- och åldersrelaterade jämnårigkulturen bland tweens. Här är det väsentligt att ha i minnet ålder som en intersektion av biologisk och kulturell ålder. Även om aktiviteterna förändras med ökad biologisk ålder, förekommer flera exempel på hur jämnårigkulturens förväntningar på beteende är intimt sammankopplade med ålder och genus. Sådana förväntningar är, till exempel, det ökade talet om pornografi bland de äldre pojkarna, eller modebloggar bland de äldre flickorna. Ingen av pojkarna nämner bloggar. Istället har de intresset riktat mot spel (vilket sällan nämns av flickorna). Noterbart är också användningen av det nedlåtande "fortis" för att döma någon, eller något, som alltför barnsligt och omoget.

En ytterligare viktig intersektion är den av sexualitet och ålder, vilken utgör en viktig maktdimension i tweens jämnårigkultur. De få flickor som nämner pornografi online och det potentiella hotet från pedofiler gör det med avståndstagande, medan äldre pojkar söker framställa sig som sexuellt aktiva och användare av pornografi. Dessa strategier är uppenbart speglingar av genusrelaterade stereotyper som också återfinns i massmedia, där kvinnan ofta ses som offret och måltavla för hot. Mannen ses som förövaren och innehavare av makt. Pojkarna i denna studie presenterar sig själva som utåtriktade och gränssättande och i position att kunna förändra villkoren, medan flickorna håller sig till (lika) genusmärkta normen att vara det passiva och ledsna offret, begränsad i sina handlingar utifrån hur mannens/pojkens handlingar uppfattas.

Detta är några av de sammanflätningar av maktfaktorer och identitetsmarkörer som det intersektionella perspektivet lyft fram genom analysen. Uppenbart är de maktstrukturer som återfinns i jämnårigkulturens bruk av

sociala medier bland tweens unika vare sig för sociala medier eller tweens. Snarare då att det som dessa tweens uttrycker är deras tolkningar och förhandlingar av normer och värderingar som förekommer i deras livsvärld. Vad som är unikt med sociala medier och med tweens som interagerar i dessa sociala arenor är att deras handlingar inte bara är synliga utan också ett nödvändigt villkor för konstruktionen av såväl platsen (det specifika sociala mediet) som innehållet (som skapas, omskapas och förändras). I denna mening är ett socialt media skapat av, å ena sidan, användarens handlingar och interaktioner och, å andra sidan, gränssnittet. Både skapar ramarna för vad som är möjligt att göra.

Samtida svenska tweens är naturligtvis en påtagligt mycket mer heterogen grupp än vad denna studie kan ge intryck av. Men, eftersom i stort sett alla svenska barn i den här åldern har tillgång till dator och internet i hemmet (Internetstiftelsen, 2012), är ändå resultaten av denna studie av relevans för en stor grupp svenska, och rimligtvis nordiska och europeiska, tweens då de bidrar till en ökad förståelse för villkoren för konstruktionen av identitet online bland sina jämnåriga. Rundlarna gav upphov till såväl humoristiska som ironiska kommentarer, som utvecklade och reflekterande berättelser. Ambitionen har inte varit att nå objektiva, sanna eller allmänt generaliserbara vittnesutsagor. Rundlarna användes som en kreativ forskningsmetod (jfr Gauntlett, 2007; Siibak, *et al.*, 2012) för att uppmuntra till ett livfullt berättande om erfarenheter av identitetskonstruktion online genom att använda uttryck och symboler som de själva var bekanta med. Variationen i såväl djup som ton i de skrivna berättelserna ger oss underlag för att påstå att analysen erbjuder en breddad och fördjupad förståelse för hur identitetsarbetet är sammanflätat med vardagliga erfarenheter och samhälleliga maktstrukturer.

REFERENSER

- Alanen, Leena (1992) *Modern childhood? Exploring the 'child question' in sociology*. Institute for educational research. Publication series A. Research reports 50. University of Jyväskylä.
- Bakardjieva, Maria (2005) *Internet society. The Internet in everyday life*. London: Sage.
- Baym, Nancy K. (1998) The Emergence of on-line community, in S.G. Jones (ed.) *Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community*, s. 35–68. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bordo, Susan (2003) *Unbearable weight: feminism, Western culture, and the body*. (Tenth Anniversary Edition) Berkeley: University of California Press.

- Boyd, Danah (2010) Social network sites as networked Publics: affordances, dynamics, and implications. In *Networked self: identity, community, and culture on social network sites* (ed. Zizi Papacharissi), s. 39-58.
- Braidotti, R. (1994) *Nomadic Subjects: Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory*. New York: Columbia University Press.
- Brembeck, Helene, Barbro Johansson, Kerstin Bergström, Lena Jonsson, Eva Ossiansson, Helena Shanahan och Sandra Hillén (2010) *Barn som medforskare av matlandskap. Del 1: Medforskning*. CFK-rapport, 2010:01. Göteborgs universitet.
- Bruckman, Amy S. (1993) *Gender swapping on the Internet*. Proceedings of INET '93. Reston, VA: The Internet Society, 1993. Presented at The Internet Society (INET '93) in San Fransisco, California in August, 1993. <http://www.cc.gatech.edu/~asb/papers/gender-swapping.txt>, nedladdat 2013-05-02.
- Brå (2007) *Vuxnas sexuella kontakter med barn via Internet. Omfattning, karaktär, åtgärder*. Rapport 2007:11. Brottsförebyggande rådet.
- Buckingham, David (2002) The Electronic Generation? Children and New Media. In S. Livingstone & L. A. Lievrouw, (eds.), *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, (77- 89). London: Sage.
- Buckingham, David & Willett, Rebekah (eds.) (2006) *Digital Generations: children, young people, and New Media*. Massachusetts (NJ): Lawrence Erlbaum Associates.
- Castells, Manuel (1996) *The information age. Economy, society, and culture. Volume I. The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Cook, Daniel Thomas (2005) The dichotomous child in and of commercial culture. *Childhood* 12 (2) 155-159.
- Cook, Daniel Thomas & Kaiser, Susan B. (2004) Betwixt and be tween: age ambiguity and the sexualizaion of the female consuming subject. *Journal of Consumer Culture* 4 (2) 203-227.
- Cooper, Robin (2007) *Alter ego. Avatars and their creators*. London: Chris Boot Ltd.
- Creswell, W. John (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. London: Sage.
- de los Reyes, Paulina & Mulinari, Diana (2005) *Intersektionalitet. Kritiska reflektioner över (o)jämlighetens landskap*. Malmö: Liber.

- Dunkels, Elza (2007) *Bridging the distance – Children's strategies on the Internet*. Umeå: Umeå University.
- Findahl, Olle (2010) *Unga svenskar och Internet 2009*. World Internet Institute & Medierådet.
- Gauntlett, David (2007) *Creative explorations. New Approaches to identities and audiences*. London: Routledge.
- Gibson, James J (1979) *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin.
- Gilje, Øystein & Ersad Ola (2007) Mediefagets produksjonsprosesser – morgendagens kompetanse? *Digital Kompetanse*, vol 2, nr 4, s. 226-243.
- Glaser, Barney G. & Strauss, Anselm L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine.
- Haraway, Donna (1991). *Simians, cyborgs, and women: the reinvention of nature*. London: Routledge.
- Hernvall, Patrik (2001) *Barns digitala rum – berättelser om e-post, chatt & Internet*. PhD.-thesis. Department of Education, Stockholm University.
- Hernvall, Patrik (2009) The space of the body-self. Construction of gender identities online. In: Deriu, Esposito & Ruggiero (ed.) *Metropoli e nuovi consumi culturali. Performance urbane dell'identità*. Annali del dipartimento de scienze della comunicazione, Dell'università degli studi di Teramo/4. Roma: Carocci editore.
- Hernvall, Patrik (ed.) (2005) *Att ta sin vardag i anspråk. Hur tekniken blir ett medel i människans vardag*. ViS notat #4.
- Hernvall, Patrik & Siibak, Andra (2011) Writing identity. Gendered values and user content creation in SNS interaction among Estonian and Swedish tweens *Global Studies of Childhood*, 1(4), 365-376.
- Herring, Susan C. (2008) Questioning the generational divide: Technological exoticism and adult constructions of online youth identity. In: Buckingham, David (ed.) *Youth, identity, and digital media*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press. s. 71–92.
- Holm Sørensen, Birgitte (2001) Chat – identitet, krop og kultur. I: B. Holm Sørensen (red.) *Chat. Leg, identitet, socialitet og læring*. Köpenhamn: Gads forlag.

- Hundley, Heather L. & Shyles, Leonard (2010) US teenagers' perceptions and awareness of digital technology: a focus group approach. *New Media & Society*, 12 (3) 417-433.
- Internetstiftelsen (2012) Personal communication with project manager at .SE. 2012.01.20
- Internetworldstats (2012) Internet growth statistics. <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>, nedladdat 2012-10-17.
- Jenkins, Henry (2006) *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kaare, H. B., Brandtzæg, P. B., Heim, J. & Endestad, T. (2007) In the borderland between family orientation and peer culture: the use of communication technologies among Norwegian tweens. *New Media & Society*, 9 (4) 603-624.
- Kalmus, V.; Pruulmann-Vengerfeldt, P.; Runnel, P.; Siibak, A. (2009). Mapping the terrain of "Generation C": places and practices of online content creation among Estonian teenagers. *Journal of Computer Mediated Communication*, 14(4), 1257 - 1282.
- Kennedy, Helen (2006) Beyond anonymity, or future directions for internet identity research. *New Media Society*, 8 (6), 8 59-876.
- Korsvold, Tora (2012) Revisiting construction of Children and Youth in Marketing Advertisements: A Historical and empirical study of the Norwegian company Helly Hansen *Young* 2012:1 s. 1-17.
- Kress, Gunther (2010) *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo (2006) *Reading images. The grammar of visual design*. 2nd ed. London: Routledge.
- Li, Qing (2005) Gender and CMC: A review on conflict and harassment. *Australian Journal of Educational Technology*. 21 (3): 382-406.
- Lindstrom, Martin (2003) *Brandchild*. London: Kogan Page Limited.
- Livingstone, Sonia, Leslie Haddon, Anke Görzig & Kjartan Ólafsson (2011) EU Kids online. Final report. London: The London School of Economics and Political Science. [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIReports/Final%20report.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIReports/Final%20report.pdf), nedladdat 2013-05-02.
- Lykke, Nina (2003) Intersektionalitet – ett användbart begrepp för genusforskningen. *Kvinnovetenskaplig tidskrift* 1.03 s 47-56 (9).

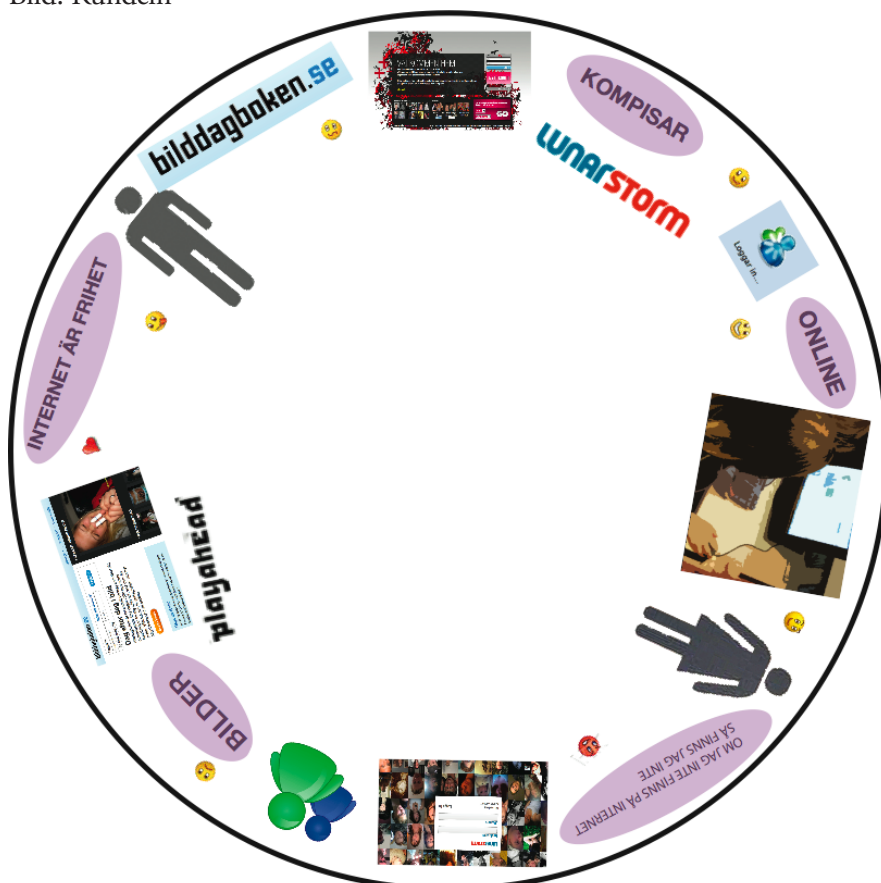
- Lykke, Nina (2010) *Feminist Studies. A Guide to Intersectional theory, Methodology and writing*. London: Routledge.
- Mayall, Barry (2000) Conversations with children: Working with generational issues. In: A. Lewis & G. Lindsay (eds.) *Researching children's perspectives*. Buckingham: Open University Press.
- McCall, Leslie (2005) Intersektionalitetens komplexitet, *Kvinnovetenskaplig tidskrift* 2-3 2005, pp. 31-56 (25).
- McLuhan, Marshall (1964/1994) *Understanding media: the extension of man*. Cambridge, Massachusetts: MIT press.
- McNeal, James U. (1992) *Kids as customers: a handbook of marketing to children*. New York: Lexington Books.
- Medierådet (2010) *Ungar & Medier 2010*. Kulturdepartementet, Medierådet.
- Mikkola, Henna, Oinas, Merja-Maaria., & Kumpulainen, Kari (2008) Net-based identity and body image among young IRC-Gallery users. In *Proceedings of society for information technology and teacher education international conference 2008*, ed. Karen. McFerrin et al., pp. 3080-3085. Chesapeake, VA: AACE.
- Mowbray, M. (2000) Neither male nor female: Other - gendered chat in little Italy. *M/C: A Journal of Media and Culture*, 3, No. 4. <http://journal.media-culture.org.au/0008/gendered.php>, nedladdat 2011-12-05.
- Nakamura, Lisa (2001) Head hunting in cyberspace. Identity tourism, Asian avatars and racial passing on the Web. *Women's Review of Books*, vol XVIII (5), s 10-11.
- Nakamura, Lisa (2002) *Cybertypes. race, ethnicity, and identity on the Internet*. London & New York: Routledge.
- Papert, Seymour (1996) *The connected family. Bridging the digital generation gap*. Atlanta: Longstreet press.
- Petkova, Diana (2005) Identity and the human interaction on the Internet. Limitations of current social research and prospects of future analysis. Paper presented at the First European Communication Conference, Amsterdam, 24–26 November. Collection of papers on CD-ROM.
- Poster, Mark (1995) *The Second Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Poster, Mark (2004) Perfect transmissions: evil Bert Laden. In: P. Hernvall (ed.) *Envision. The new media age and everyday life. Digital Thoughts*, 2 & ViS reports #1. Utbildningsprogrammet Multimedia pedagogik teknik, Pedagogiska institutionen, Stockholms universitet.

- Prensky, Marc (2001) *Digital game-based learning*. New York: McGraw-Hill.
- Qvarsell, Birgitta (1988) *Barn, kultur, inläring. Om skolbarns utvecklingsuppgifter i ett "mediesamhälle"*. Centrum för barnkulturforskning, nr 11. Stockholm: Centrum för barnkulturforskning.
- Qvortrup, Jens (eds.) (1994) *Childhood matters: Social theory, practice and politics*. Aldershot: Avebury, cop.
- Repstad, Pål, (1993) *Närhet och distans: kvalitativa metoder i samhällsvetenskap*; övers: Björn Nilsson. Lund: Studentlitteratur.
- Rheingold, Rheingold (1993) *The Virtual community. Homesteading on the electronic frontier*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Siibak, Andra (2006) *Macho studs and flirty bimbos: gender identity analysis of the most remarkable youngsters in Estonian dating website Rate.ee*. Paper presented at the Nyris conference, 2006.
- Siibak, Andra (2007) Reflections of RL in the virtual world: visual gender identity of the most remarkable youngsters in Estonian dating website Rate, *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 1.
- Siibak, Andra (2008) "How you doin?" Visual management of young men on a social networking website. Paper presented at the *NYRIS 10* conference, Lillehammer, 13th-15th June.
- Siibak, Andra (2010) Constructing masculinity on a social networking site. The case-study of visual self-presentations of young men on the profile images of SNS *Rate. Young*, Vol 18 (4): 403-425.
- Siibak, Andra & Hernwall, Patrik (2011) 'Looking like my favourite Barbie'. Online Gender Construction of Tween Girls in Estonia and in Sweden. *Studies of Transition States and Societies*, Vol 3 (2): 57-68.
- Siibak, Andra, Michael Forsman & Patrik Hernwall (2012) Employing Creative Research Methods with Tweens in Estonia and Sweden: Reflections on a Case Study of Identity Construction on Social Networking Sites. *Journal of Technology in Human Services*, 30:3-4, 250-261
- Smahel, David, Ellen Helsper, Lelia Green, Veronika Kalmus, Lukas Blinka and Kjartan Ólafsson (2012) Excessive Internet Use among European Children. EU kids online. <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/ExcessiveUse.pdf>, nedladdat 2013-05-02.
- Sparkes, Andrew C. (1996) The Fatal Flaw. A Narrative of the Fragile Body-Self. *Qualitative Inquiry*, Vol 2 (4), 463-494.

- Stone, Rosanne Alluquère (1995) *The war of desire and technology at the close of the mechanical age*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Strano, Michele M. 2008. User descriptions and interpretations of self-presentation through Facebook profile images. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2, no. 2, <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2008110402&article=5>, nedladdat 2013-05-02.
- Strauss, Anselm & Corbin, Juliet (1990) *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Newburt Park, Calif.: Sage.
- Suler, John (2004) Do boys and girls just wanna have fun? In *Gender Communication* (by A. Kunkel). Kendall/Hunt Publishing.
- Säljö, Roger (2005) *Lärande och kulturella redskap. Om läroprocesser och det kollektiva minnet*. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.
- Tapscott, Don (1998) *Growing up digital. The rise of the Net generation*. New York: McGraw-Hill.
- Taylor, Steven J. & Bogdan, Robert (1984) *Introduction to qualitative research methods. The search for meanings*, 2nd. Ed. New York: Wiley, cop.
- Turkle, Sherry (1995) *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. London: Weidenfeld & Nicolson.
- Valentine, Gill (2007) Theorizing and researching intersectionality: a challenge for feminist geography. *The Professional Geographer*, 59:1 s. 10-21.
- Vygotsky, Lev Semyonovich (1978) *Mind in society. The development of higher psychological processes*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Wertsch, James V. (1991) *Voices of the mind: A sociocultural approach to mediated action*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Wilkinson, Sue (2004) Focus group research. In David Silverman (ed.) *Qualitative Research: issues of theory, method and practice*. s. 177-199. London: Sage.
- Young, Kimberly (2008) *Online Social Networking: An Australian Perspective*. Paper presented at the AOIR 0.9 Conference, Copenhagen, Denmark.
- Ziehe, Thomas (2005-06-30) Keynote lecture. *Childhoods 2005. Children and Youth in Emerging and Transforming Societies*, Oslo university.
- Zimic, Sheila (2010) *Opening the box. Exploring the presumptions about the 'Net Generation'*. Mid Sweden University.

Bilaga 1

Bild: Rundeln



Endnotes

1 Playahead och Lunarstorm har tidigare varit mycket populära bland svenska ungdomar sedan slutet av 1990-talet. Under 2009 och 2010 sjönk antalet användare dramatiskt vilket ledde till att både Playahead (1 mars 2010) och Lunarstorm (8 augusti 2010) stängde sina communities. Lunarstorm migrerade och döptes om till LS8, vilket sedermera (hösten 2011) även det har upphört att existera.

I maj 2004 startades Bilddagboken, vilket drog till sig en stor grupp användare. Bilddagboken ändrade i maj 2011 namn till Dayviews. Bilddagboken/Dayviews bygger på att användarna publicerar bilder/foton, där det under den tid då Bilddagboken var som mest populär kunde vara upp till 500 000 nya bilder/foton per dygn.

Det genomgående här är att det stora flertalet mer lokala communities tappat användare, vilka istället återfinns på globala communities som Facebook och Instagram (det senare existerade inte när denna studie genomfördes).

2 Detta material är del av en större empirisk studie om ungas konstruktion av normalisering av genus online i Estland och Sverige, benämnt the.GTO.project (<http://mt.sh.se/gto>). Forskningsprojektet är finansierat av Östersjöstiftelsen.