



Oppdragsrapport nr. 2-2009

Taina Bucher, Ardis Storm-Mathisen og Jo Helle-Valle

Ungdom, politikk og internett


en akademisk refleksjon over norsk ungdoms
samfunnsdeltakelse og politiske engasjement online

SIFO

© SIFO 2009
Oppdragsrapport nr. 2 - 2009

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporten er lagt ut på internett for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Tittel	Antall sider	Dato
Ungdom, politikk og internett: en akademisk refleksjon over norsk ungdoms samfunnsdeltakelse og politiske engasjement online.	66	18.11.2008
Title	ISBN	ISSN
Youth, politics and internet: an academic reflection on Norwegian youth's social involvement and political participation online.		
Forfatter(e)	Prosjektnummer	Faglig ansvarlig sign.
Taina Bucher, Ardis Storm-Mathisen og Jo Helle-Valle	11-2008-09	
Oppdragsgiver		
Rådet for anvendt medieforskning (RAM)		
Sammendrag		
<p>Denne studien handler om hvordan unges samfunnsengasjement og politisk deltakelse utfolder seg på internett. Påvirker det nye medielandskapet de unges interesse for samfunnsproblemer og deltakelse i det politiske feltet? Og hvordan kan – og bør – vi i det hele tatt forstå begreper som politikk, deltagelse og engasjement? Datamaterialet som ligger til grunn for rapporten er hentet fra kvalitative fokusgrupper, samt fra en liten spørreskjemakartlegging. I hvilken grad ungdom er samfunns- og politisk engasjerte er et spørsmål om hvordan disse begrepene operasjonaliseres og defineres. For det første viser fokusgruppesamtalene at det finnes et politisk og samfunnsrelatert engasjement hos mange unge. Dette engasjementet er i liten grad knyttet til konvensjonelle arena (partipolitisk) – det er i langt større grad knyttet til enkeltsaker og aksjonsrettet deltagelse. På den annen side viser intervjuene at for de som faktisk involverer seg i det konvensjonelle politiske spillet er troen på at de kan få makt og innflytelse det som motiverer dem. Mens terskelen for å ytre seg er lav i ukonvensjonell deltakelse er det samtidig en utbredt oppfatning at den samfunnsmessige effekten av å delta er liten. Internett åpner opp for muligheten til å delta og ytre seg, på måter som passer de fleste ungdommene bedre enn organisert deltakelse i ungdomsorganisasjoner og lignende. Rapporten viser at ungdoms deltagelse, særlig på nettet, har flere likhetstrekk med et syn på politikk som konfliktfylt og lidenskap som politikkenes drivkraft, enn om konsensus og rasjonell diskusjon skulle være de definerende parametrene. Spørsmålet er ikke om ungdom er engasjerte men i hvilken form politikk og samfunnsmessige spørsmål virker motiverende på engasjement. Er politikken mest engasjerende i en partipolitisk form eller virker politikken kanskje mer medrivende når den framtrer i en digital form på nettet, for eksempel på nettsamfunn eller blogg?</p>		
Summary		
<p>This study is concerned with the ways in which young people's civic engagement and political participation is being played out on the internet. Does the new media landscape influence young people's interest in civic issues and participation in the political arena? And how can (and should) we understand concepts such as politics, participation and engagement in the first place? The data this study reports from is mostly based on focus group interviews as well as from a small survey. To what extent young people are engaged in civic life and politics is a question of how these terms are defined. Firstly, the focus group interviews show that many young people are civic and political engaged. This engagement, however, is only marginally associated with the conventional political arena (party politics) – and has to a larger extent to do with issue politics and action oriented participation. On the other hand the interviews show that for those who do involve themselves in the conventional political game the belief in power and influence is a key motivational factor. While the threshold to speak is low in unconventional participation, a common perception is also that the civic effect of participating is insignificant. Internet makes it possible to participate and speak out in ways that suits young people better than the organized participation in youth organisations and similar organisational settings. This report shows that young peoples' participation, especially on the internet, corresponds to a view on politics that has conflict and passion at its heart, in contrast to seeing politics as something based on rational discourse and consensus driven. Rather than asking <i>whether</i> young people are civic and political engaged, it seems more relevant to ask in <i>what ways</i> or in <i>what form</i> political and civic issues are the most engaging. Is politics more engaging when it appears in the form of party politics or is it maybe more appealing when it appears in a digital form on the Internet, for instance in social network sites or blogs?</p>		
Stikkord		
Ungdom, internett, politikk, samfunnsengasjement, deltakelse, demokrati, Norge		
Keywords		
youth, internet, political involvement, democracy, Norway		

Ungdom, politikk og internett

en akademisk refleksjon over norsk ungdoms samfunnsdeltakelse og
politiske engasjement online

av

Taina Bucher, Ardis Storm-Mathisen og Jo Helle-Valle

2009

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo

Forord

Høsten 2007 sendte SIFO inn en forskningsprosjektsøknad til Rådet for anvendt medieforskning (RAM). Prosjektet var initiert av forsker Ingrid Kjørstad og hadde tittelen *Ungdoms samfunnsdeltakelse online. En studie av "hvor" de unge er på internett, hva de gjør der og hvordan dette kan forstås som samfunnsdeltakelse*. På nyåret 2008 innvilget RAM fire hundre tusen kroner til prosjektet – som tilsvarer i underkant av et halvt årsverk. De økonomiske rammene satte klare grenser for dybden og bredden i den forskningsmessige innsatsen, men dette ble delvis kompensert for ved at en del materiale allerede var samlet inn i forbindelse med et annet forskningsprosjekt på SIFO.

Taina Bucher har skrevet hoveddelen av rapporten, de to medforfatterne har bidratt med spesifikke deler samt redigeringsarbeid. Også Benedicte Hauge og Siv Elin Ånestad har gitt viktige bidrag til prosjektets gjennomføring.

Som det vil fremgå av rapporten har vår målsetting ikke vært å forsøke å gi klare og entydige svar på spørsmålene som prosjektet har stilt, men å problematisere omkring unge, internett og politikk. De unge er aktive (ikke minst på nettet) på måter som kan forstås som ikke bare samfunnsrelevante, men også politiske. I den grad den konvensjonelle politiske arenaen lider under lite engasjement fra de unges side så bør det derfor først og fremst sees på som den politiske strukturens problem – ikke de unges.

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
Sammendrag.....	9
Summary	11
1 Innledning	13
2 Om undersøkelsene.....	17
2.1 Ulike typer av diskursive data – spørreskjema og intervju	17
2.2 Utvalg.....	17
2.2.1 Utvalg av unge til spørreskjemaundersøkelsen	18
2.2.2 Utvalg av unge til fokusgruppeintervjuene	18
2.3 Spørsmål og datainnsamling	19
2.3.1 Gjennomføring av spørreskjemakartleggingen	19
2.3.2 Gjennomføring av fokusgruppeintervjuer	20
3 Ungdom og politisk engasjement.....	21
3.1 Den norske konteksten	21
3.2 Sosiale og kulturelle endringer i samfunnet.....	22
3.3 Nye generasjoner.....	23
3.4 Deltakelse og engasjement?	23
3.5 Demokrati og deltakelse.....	24
3.6 Deltakerkultur	25
4 Ungdoms mediebruk.....	27
4.1 Medieutvikling og medievaner	27
4.1.1 Kjønnforskjeller	29
4.1.2 Bruken av sosiale medier og nettsamfunn.....	30
4.2 Makt, påvirkning og medieeffektsforskning	31
4.3 Medie(for)bruk og politisk/samfunnsengasjement.....	31
4.4 Internett og politisk/samfunnsengasjement.....	32
5 Norske politikeres tilstedeværelse på internett	37
5.1 Kristin Halvorsens blogg	38
5.2 Jens Stoltenberg på Facebook	39
5.3 Valg 2.0.....	40
6 Ungdom er politisk engasjerte	43
6.1 Troen på innflytelse som viktig motivasjonsfaktor for deltakelse	43
6.2 Tillit.....	44
6.3 Interesse for enkeltsaker fremfor en politisk pakke	45
6.4 Tradisjonell politikk appellerer ikke	47
6.5 For å være politisk engasjert må man være samfunnsengasjert, men ikke omvendt ..	48
7 Internett som debattarena	51
7.1 Offentlighet	51
7.2 Internett gir muligheten til å ytre seg	52
7.3 Mange useriøse debattanter og innlegg.....	53
8 Deltakelse på internett – en form for engasjement?.....	57

8.1	Man skriver innlegg for at andre skal se det	57
8.2	Feedback er en viktig motivasjonsfaktor for å skrive innlegg	58
9	Avslutning.....	59
	Litteratur.....	61

Sammendrag

Denne studien dreier seg om hvordan unges samfunnsengasjement og politisk deltakelse utfolder seg på internett.

En vanlig antagelse har vært at ungdoms samfunns- og politisk engasjement er synkende ettersom både valgdeltakelse og medlemskap i politiske partier har gått markant ned. Denne nedgangen i konvensjonell politisk deltakelse har gått parallelt med fundamentale endringer i medielandskapet. Internetteknologien har blant annet revolusjonert måter å kommunisere på, gitt økt tilgang til informasjon og skapt nye muligheter for å delta i samfunnslivet. At utviklingen i medieteknologi ikke synes å ha fått en positiv innvirkning på konvensjonell politisk deltakelse har derfor vært gjenstand for bekymring. I forlengelsen av dette har det blitt satt spørsmålsteget ved mediene, og særlig internetts, påvirkning på interessen for og deltagelsen i politikk og samfunnsspørsmål.

Rapporten tar disse antagelsene som utgangspunkt for å diskutere ungdoms internettbruk og deres syn på politikk og samfunnsspørsmål sett i forhold til teorier om demokratisk deltakelse i offentligheten. Påvirker det nye medielandskapet de unges interesse for samfunnsspørsmål og deltakelse i det politiske feltet? Og hvordan kan (og bør) vi forstå begreper som politikk, deltagelse og engasjement i det hele tatt?

Datamaterialet som ligger til grunn for rapporten er hentet fra kvalitative fokusgrupper med ungdommer som hadde et visst samfunnsengasjement fra før, samt fra en liten spørreskjema-kartlegging. I tillegg knyttes diskusjonen i rapporten opp mot andre studier på område der det er relevant.

Rapporten viser at det ikke finnes et godt nok grunnlag for å hevde at samfunns- og politisk engasjement hos ungdom er fallende på bakgrunn av tall som viser nedgang i valgdeltakelse og medlemskap i politiske partier. I hvilken grad ungdom er samfunns- og politisk engasjerte er et spørsmål om hvordan disse begrepene operasjonaliseres og defineres. For det første viser fokusgruppesamtalene at det finnes et politisk og samfunnsrelatert engasjement hos mange unge. Dette engasjementet er i liten grad knyttet til den konvensjonelle arena (partipolitisk) – det er i langt større grad knyttet til enkeltsaker og aksjonsrettet deltagelse. Det ser ut til at det er særlig to forhold som ligger bak bevegelsen bort fra den konvensjonelle politiske konteksten: Terskelen for å delta på meningsfulle måter innenfor den partibaserte politiske arenaen er høy i forstand av både innsats og kompetanse, og selve det politiske spillet hvor en må være lojal til alle partiets standpunkter ser ut til å by mange unge i mot. På den annen side viser intervjuene at for de som faktisk involverer seg i det konvensjonelle politiske spillet er troen på at de kan få makt og innflytelse det som motiverer dem. Mens terskelen for å ytre seg er lav i ukonvensjonell deltakelse er det samtidig en utbredt oppfatning at den samfunnsmessige effekten av å delta er liten.

Unge er altså omgitt av og aktive i en deltagerkultur som i stor grad utspiller seg på nettet og som på mange måter allerede innebærer et visst samfunns- og politisk engasjement. Internett åpner opp for muligheten til å delta og ytre seg, på måter som passer de fleste ungdommene bedre enn organisert deltakelse i ungdomsorganisasjoner og lignende. Mange unge deltar aktivt på nettet; ikke nødvendigvis i aktiviteter som fremstår som politiske per se, men som kan være av sosial, underholdnings- eller samfunnsmessig art og som ofte innebærer engasjement, interesse og deltagelse. Det kan derfor argumenteres for at nettet fungerer som en treningsarena, hvor barn og ungdom kan dyrke sine interesser, og utvikle kompetanse og kunnskap som er nødvendig for å delta i demokratiet.

Ved å knytte datamateriale opp mot politisk teori om deltagelse i offentligheten viser rapporten at konklusjoner om ungdoms samfunnsdeltagelse videre er avhengig av hvilket perspektiv en har på politikk og demokrati. Rapporten viser at ungdoms deltagelse, særlig på nettet, har flere likhetstrekk med et syn på politikk som konfliktfylt og lidenskap som politikkenes drivkraft, enn om konsensus og rasjonell diskusjon skulle være de definerende parametrene. Lidenskap og opprør fungerer som en naturlig del av ungdoms hverdagslige erfaringer; noe som støtter opp under synet på mennesket som et *zoon politikon*.

Sagt på en annen måte kan det hevdes at spørsmålet *om* ungdom er samfunns- og politisk engasjerte til en viss grad er misvisende ettersom det politiske allerede handler om den menneskelige væremåten. Snarere er spørsmålet i hvilken *form* politikk og samfunnsmessige spørsmål virker motiverende på engasjement. Er politikken mest engasjerende i en partipolitisk form eller virker politikken kanskje mer medrivende når den framtrer i en digital form på nettet, for eksempel på nettsamfunn eller blogg?

Summary

This study is concerned with the ways in which young peoples' civic engagement and political participation is being played out on the internet.

A common assumption is that young peoples' civic and political engagement is in decline due to a decrease in voter turnout and membership in political parties. This development concerning traditional political participation has been running parallel to fundamental changes in the media landscape. Internet technology has amongst other things revolutionized ways to communicate, given increased access to information and created new ways to participate in civic life. That the developments in media technology have not made any apparent positive impacts on traditional political participation has been perceived as worrying. As a consequence of this, questions have been asked about the media's, and particularly the internet's, effect on peoples' interest and participation in political and civic life.

This report takes these assumptions as its starting point for discussing young people's internet use and their perceptions on political and civic issues as seen in relation to theories about democratic participation in the public sphere. Does the new media landscape influence young people's interest in civic issues and participation in the political arena? And how can (and should) we understand concepts such as politics, participation and engagement in the first place?

The data material this study reports from is mostly based on qualitative methods. We have conducted several focus groups with youth who were already somewhat interested in civic issues prior to the study. We have also incorporated quantitative data from a preliminary smaller survey that we conducted. In addition, the discussions throughout include references to other studies and research where this is seen as relevant.

This report shows that the evidence is not good enough to argue that civic and political engagement among young people is in decline on grounds of prior quantitative data that show a decrease in voter turnout and membership in political parties. To what extent young people are engaged in civic life and politics is a question of how these terms are defined. Firstly, the focus group interviews show that many young people are civic and political engaged. This engagement, however, is only associated with the conventional political arena (party politics) to a small degree – and has to a larger extent to do with issue politics and action oriented participation. Particularly two aspects seem to explain the move away from the conventional political context: The threshold to participate in meaningful ways as part of the arena of party politics is too high, both with regards to the investments and competence, as well as the political game in itself where one is expected to be loyal and represent the parties perspectives at all times. On the other hand the interviews show that for those who do involve themselves in the conventional political game the belief in power and influence is a key motivational factor. While the threshold to speak is low in unconventional participation, a common perception is also that the civic effect of participating is insignificant.

Young people are surrounded by and active in a participatory culture that is often played out on the internet, and which already to some extent involves a certain civic and political engagement. Internet makes it possible to participate and speak out in ways that suits young people better than the organized participation in youth organisations and similar organisational settings. Many young people actively participate on the internet; not necessarily in activities that can be defined as political per se, but in activities that can be of a social, entertaining or civic kind and which often involves engagement, interest and participation. Therefore it can be argued that the internet constitutes a training arena, where young people may play out their interests and develop competence and knowledge that is valuable to participating in a democracy.

In discussing the data material in relation to political theory on participation in the public sphere it becomes apparent that conclusions about young peoples civic participation depends on the perspectives taken on politics and democracy in general. This report shows that young peoples' participation, especially on the internet, corresponds to a view on politics that has conflict and passion at its heart, in contrast to seeing politics as something based on rational discourse and consensus driven. Passion and rebellion are part of youth' everyday life experiences; this supports the perspective on humans as *zoon politicon*.

Rather than asking *whether* young people are civic and political engaged, it seems more relevant to ask in *what ways* or in what *form* political and civic issues are the most engaging. Is politics more engaging when it appears in the form of party politics or is it maybe more appealing when it appears in a digital form on the Internet, for instance in social network sites or blogs?

1 Innledning

Denne rapporten har ungdoms samfunns- og politisk engasjement som tema og ser på denne tematikken i sammenheng med de unges mediebruk. Utgangspunktet er at valgdeltakelse og medlemskap i politiske partier har gått markant ned. Deltakelsen ved stortingsvalget i 2001 var den laveste siden 2. verdenskrig (Aalberg 2004) og medlemskap i politiske partier er halvert siden begynnelsen av 1990 tallet til under 10 prosent av befolkningen som medlemmer i dag. I den offentlige debatt har dette vært tolket på to måter. For det første har en ment at dette er et uttrykk for en generell nedgang i samfunns- og politisk engasjement. Og for det andre har mange ment at en viktig årsak til den påståtte nedgangen er den nye medievirkeligheten vi står overfor. Tallet på medieplattformer og fora for informasjon – og ikke minst underholdning – har eksplodert de siste 10 - 15 årene. Og stadig mer tid brukes på slik aktivitet. Argumenter som har vært fremmet har gått ut på at denne nye medievirkeligheten fragmenterer den offentlige debatt om politiske og samfunnsmessige spørsmål og at det har skjedd en tabloidisering av samfunnsdebatten som har resultert i en generell synkende interesse for samfunnsspørsmål. Siden det nye medieforbruksmønstret først og fremst har påvirket de unge så underbygges denne argumentasjonen med at det er særlig blant unge at nedgangen i samfunnsengasjement er stort.

To viktige påstander ligger i denne måten å argumentere på – nemlig at samfunns- og politisk engasjement kan måles gjennom valgdeltakelse og medlemskap i politiske partier, og at en viktig årsak til denne nedgangen er knyttet til medierevolusjonen. Disse to påstandene ønsker vi å diskutere kritisk og vi stiller dem derfor som spørsmål som former denne rapporten: Altså, (i) er det rimelig å anta at synkende valgdeltakelse og medlemskap i politiske partier er en indikasjon på at de unge er mindre interessert i samfunnsspørsmål og politisk engasjerte? Og (ii) hvordan påvirker det nye medielandskapet de unges interesse for samfunnsspørsmål og deltakelse i det politiske feltet?

Disse spørsmålene er på den ene siden viktige spørsmål. Dette angår Norges fremtid som demokrati. Et demokratis legitimitet er tuftet på at det finnes et folk som er relativt kunnskapsrike om samfunnsspørsmål og som også er engasjert politikk. Og det å stemme ved valg betraktes som et minimum av politisk engasjement. På den annen side er dette vanskelig spørsmål fordi 'politikk', 'samfunnsengasjement' og 'deltakelse' er ord som betyr forskjellige ting for forskjellige personer i forskjellige kontekster og det er derfor ikke gitt hva vi mener med dem. En nødvendig del av det å diskutere unges engasjement på disse feltene i dagens Norge er derfor å diskutere hva disse begrepene bør bety. Hvis vi ser på den samfunnsmessige betydningen av rapportens tematikk er jo den knyttet til utviklingen av norsk politikk. Er vårt politiske system i fare? Faller hele systemets legitimitet sammen om for få nordmenn vet for lite om norsk samfunnsmessig virkelighet? Nedgang i stemmegivning er vel en indikator på at politikk som tema ikke fenger i samme grad enn før? Eller er det riktige å si at det ikke indikerer annet enn at den konvensjonelle politiske arenaen ikke fenger i samme grad som før? Er det ikke rimelig å hevde at det å være medlem i Natur og Ungdom, delta i ulovlige aksjoner mot Oslos boligpolitikk, eller være aktiv politisk debattant på blogger er politisk engasjement? Er ikke slik engasjement vel så betydningsfullt for norsk politisk fremtid som hvor mange som putter stemmeseddelen sin i en boks hvert annet år? Kanskje

slike aktivister av forskjellige grunner ikke har tillit til det konvensjonelle politiske systemet – altså det systemet som er dominert av politiske partier og hvor stemmegivning er en vesentlig del? Det vil vel for de fleste være lite fruktbart å påstå at de ikke er interessert i samfunns-spørsmål eller er politisk engasjerte bare fordi de ikke stemmer ved valg og ikke har meldt seg inn i politiske partier.

En analyse som går ut over rent deskriptive og diskursive data fordrer altså en problematisering, diskusjon og avklaring av de sentrale begrepene. Og målet er ikke å avdekke begrepene sanne innhold – for det er ikke mulig – men å bruke begrepene på måter som gjør analysene mest mulig fornuftige og innsiktsfulle i forhold til de samfunnsmessige problemene spørsmålene reiser.

Også spørsmålet om en kan hevde at medierevolusjonen er en vesentlig årsak til en eventuell nedgang i politisk og samfunnsmessig interesse er et viktig spørsmål. Kan endringene i medielandskapet oppfattes som en selvstendig årsak eller må mediene forstås som en bit av større endringsprosesser? Dette er problematisk som ikke er enkel, og våre data er på ingen måte tilstrekkelige til å skulle si noe sikkert om dette. Det vi derimot kan gjøre, er å peke på de forskjellige *sosiale mekanismene* (Elster, 1989; Hedström & Swedberg, 1998) som knytter politisk og samfunnsmessig engasjement, og ny mediebruk. Det vil vi gjøre delvis ved hjelp av andre undersøkelser og delvis ved hjelp av data fra våre fokusgrupper.

Forskningsprosessen som denne rapporten er en del av er et lite prosjekt – om lag et halvt forskerårsverk. Det er derfor svært begrenset hvor mye data vi har kunnet innhente og hvor omfattende analysene våre har kunnet være. Det ideelle ville selvfølgelig være å foreta en metodologisk triangulering hvor både kvantitative og kvalitative metoder ble brukt, men som med så mange andre prosjekter har det vært uaktuelt på grunn av begrensede ressurser. Siden de fleste undersøkelser om ungdom, politikk og medier er basert på kvantitative data og vi mener at den mest prekære mangel innen forskningsfeltet er forståelse og problematiseringer har vi konsentrert oss om en forståelsesbasert tilnærming. Betydningen av å kunne se frekvenser, mønstre og statistisk baserte sammenhenger mellom forskjellige variabler er stor – og vi benytter oss av andres kvantitative undersøkelser i den grad de er relevante – men vi mener like fullt at den største mangelen er knyttet til å skape en forståelse basert på de unges egne forståelser av feltet. Vi har derfor konsentrert oss om å bruke kvalitative metoder (selv om vi også har gjennomført en liten, enkel spørreundersøkelse – se Hauge & Storm-Mathisen 2008) fordi slike metoder er uovertrufne for å generere forståelsesbasert innsikt. Ulempen er selvfølgelig at de store mønstrene og tallfestbar informasjon ikke blir tilgjengelig for oss på samme måte.

Kort sagt har denne rapporten kommet frem til at det ikke er mulig å konkludere med at de unges samfunnsengasjement er fallende. Det vi finner er stort engasjement hos mange unge, men at mye av dette engasjementet ikke foregår innenfor det vi kan kalle den konvensjonelle politiske arenaen. Snarere engasjerer de seg i enkeltsaker – gjerne saker som de føler at angår dem selv. Og en stor del av dette engasjementet kommer til uttrykk og foregår via digitale medier; blogger, nettsamfunn, og diskusjonsfora.

Det kan synes som at ungdom har en ambivalent holdning til politisk engasjement på nettet. En viktig årsak til at mange av de unge foretrekker andre arenaer enn den konvensjonelle er at terskelen for deltakelse i den sistnevnte er så høy at det er svært få som vil kaste seg inn på den. Terskelen er høy både med hensyn til kompetanse og tidsbruk. Den partibaserte politiske praksisen er knyttet til en sjanger og kompetanse som bare de færreste mestrer og som det tar lang tid til å lære seg. Dessuten er det også et stort byråkratisk system som fordrer stor innsats om en ønsker å hevde seg. Og det konvensjonelle politiske språkspillet krav til lojalitet er også noe som mange ungdom trekker frem som negativt – at de som er engasjert i partipolitikk blir tvunget til å forsvare standpunkter som de ikke egentlig kan stå inne for. Online-baserte aktiviteter gir på den annen side enklere muligheter for å få utløp for et behov for å

ytre seg – og til og med engasjere seg – om samfunnsmessige/politiske spørsmål. Terskelen her er lav. Det eneste en trenger er litt tid til å skrive innlegg, være med på diskusjoner og eventuelt delta i organiserte aksjoner på eller utenfor nettet. Dette gir mulighet for deltakelse uten at det krever stor innsats og kompetanse. Samtidig poengterer flere av ungdommene vi har intervjuet at riktignok kan alle si noe på internett, men det er så mye som foregår der at det er få som hører deg og det er derfor lite makt knyttet til å delta på internett.

Det våre data indikerer er altså at det var stor enighet om at makten lå i den konvensjonelle politiske arena, men at den krevde så mye av deltakerne, både i form av tid og kunnskap, at det var få som mente det var verdt innsatsen. Dessuten ga mange av de intervjuede uttrykk for at det var et felt som ikke var for dem: fokus var i stor grad på saker som ikke var så relevante for unge og dessuten krevde det å stå for saker de ikke identifiserte seg med.

For noen få fører politisk relevant deltakelse på nettet til at de også engasjerer seg innenfor den konvensjonelle politiske arenaen – det blir en form for treningsarena for partibasert politisk aktivitet – mens for andre forblir det en alternativ politisk arena. De som var aktive i den konvensjonelle politiske arenaen brukte på den annen side internett i begrenset grad fordi de mente at makten ikke var knyttet til politisk aktivisme online.

Om digitale medier er årsak til, om ikke nedgang så i alle fall endringer i det politiske engasjementet er det svært vanskelig å si noe sikkert om. Det som selvfølgelig kan påpekes er at det ikke er mulig å se medierevolusjonen isolert fra andre gjennomgripende endringer som har skjedd i vesten i løpet av de siste decenniene – om ikke annet fordi medierevolusjonen har påvirket alle andre samfunnsforhold. Men det vi peker på er at det er forskjellige mekanismer som er virksomme: på den ene siden finner vi at et svært viktig trekk ved dagens medievirkelighet er den eksplosjonen av informasjon som har funnet sted. Digitale medier gjør altså at *tilgangen* på informasjon er større og at en derfor kan tenke seg at borgerne har et mer solid fundament for å mene noe om politikk. På den annen side kan mengden informasjon, og ikke minst måten den medieres på, føre til fragmentering og tabloidisering av *fremstillingen* av samfunnsrelevant informasjon, og dermed til en avideologisering av politikken: De sammenhengende forståelsesrammene for samfunnsmessige tema har blitt svekket og politikk av den grunn kan ha blitt redusert til mer å dreie seg om isolerte enkeltsaker. Dette kan igjen forsterke skillet mellom 'ansvarlige' politikere som må (bør?) se helheten og en velgermasse som ikke gjør det.

2 Om undersøkelsene

Det empiriske materialet som presenteres og analyseres i denne rapporten er i all hovedsak produsert gjennom 1) en spørreskjemakartlegging om onlineaktiviteter blant elever ved 2 skoler i Oslo vinteren 2007 og 2) to fokusgruppeintervjuer med mer eller mindre aktive nettbrukere og politisk engasjerte unge sommeren 2008. I tillegg inngår noen få intervjuer med unge enkeltpersoner og deres familier fra våren 2008. For øvrig trekkes det på data fra allerede foreliggende studier.

2.1 Ulike typer av diskursive data – spørreskjema og intervju

Det er verken enkelt eller selvsinnlysende hvordan samfunnsengasjement eller politiske aktiviteter, vaner og erfaringer online kan måles. Dataene vi rapporterer fra er diskursive selvrapporteringer og selvevalueringer innsamlet gjennom spørreskjema og intervjuer. Både kvantitative og kvalitative data består av utsagn som folk enten har sluttet seg til ved kryss, gjennom en form for skriftlig formulering eller gjennom muntlige utsagn. Det betyr at de er diskursive data som er produsert gjennom interaksjon, men som gir forskjellig grad av informasjon om rammene for dialogen og de kommunikative kontekster de er produsert innenfor og gjort relevante i forhold til. Spørreskjema og intervju tilbyr relativt raske måter å produsere henholdsvis ”overflate-kartlegging”-data og mer ”inngående-forstående” data (Johannessen, Tuft, & Kristoffersen, 2004). Kvalitative/myke data (intervju, observasjon, feltarbeid) er særlig anvendelige når man undersøker fenomener man ikke kjenner så godt. Og intervjuundersøkelse kan få frem fyldige beskrivelser av fenomeners flertydighet og kompleksiteter, og gir en dermed anledning til å utdype hvordan og hva som tillegges betydning. Selv om metoder kan fremstå som tekniske verktøy, er de imidlertid ikke nøytrale mediatorer mellom data, med eksistens uavhengig av metoden og representasjonen av disse dataene. I likhet med språket, og som språk, er metoder ideologiske verktøy som produserer mening like mye som de reproduserer den – de tilbyr en bestemt vinkling ”som om” det ”naturlig” gir det totale utsyn. Dataene i denne studien kan altså ikke gi noen presis informasjon verken om politiske deltakelse eller samfunnsengasjement online eller om ungdom som befolkning, men kartlegger snarere diskursive selvrapporteringer omkring temaet blant strategisk utvalgte unge og deres miljøer.

2.2 Utvalg

Datamaterialet vi presenterer her er altså ikke statistisk representativt for svar fra unge i Norge, men basert på strategiske utvalg av unge og deres miljøer. Spørreskjemamaterialet gjengir svarene til alle tilstedeværende elever på et utvalgt klassetrinn som gikk på skoler i en bydel hvis befolkning kunne antas å representere et gjennomsnitt hva angikk mulighet og kompetanse til å bedrive onlineaktiviteter og utøve samfunnsengasjement. Fokusgruppeintervjuene ble satt sammen med hensyn til kjønn, tidsbruk i diskusjonforum online og politisk engasjement. Nedenfor vil disse utvalgene beskrives noe nærmere.

2.2.1 Utvalg av unge til spørreskjemaundersøkelsen

Utvalget av elevene som avga svar om sine onlineaktiviteter i denne spørreundersøkelsen gikk på høyeste trinn henholdsvis på en ungdomsskole og en videregående skole i en vestlig bydel i Oslo der befolkningsmassen kan beskrives som gjennomsnittlig middelklasse, altså en befolkningsgruppe man kunne anta var av de mest erfarne og bemidlede internettbrukerne (SSB 2008), samtidig som skolene kan karakteriseres som gjennomsnittlige hva angikk tilrettelegging for elevers internettbruk.

Tabell 2-1: Fordeling på kjønn og alderstrinn

	Gutt	Jente	Total
10.klasse u-skole	39	32	71
3. klasse vgs	64	57	121
Total	103	89	192

I alt består utvalget av tre 10. klasser fra grunnskolen og fem 3. klasser fra den videregående skolen, i alt 71 elever på omkring 15 år og 121 elever på omkring 18 år. Totalt deltok 192 elever i undersøkelsen; 103 gutter og 89 jenter.

2.2.2 Utvalg av unge til fokusgruppeintervjuene

Spørreskjemaet var også tenkt å fungere som rekrutteringsinstrument for unge til intervjuundersøkelsen. Imidlertid viste det seg vanskelig å få laget et utvalg og opprettet kontakt med nok unge til denne undersøkelsen via denne rekrutteringsmetoden. Derfor ble unge til to fokusgruppeintervjuer rekruttert gjennom Nordstat. I det første fokusgruppeintervjuet deltok 10 unge, halvparten jenter og gutter, i alderen 16-18 som oppga å bruke internett til å diskutere samfunnsspørsmål eller politiske tema hver uke eller oftere. I det andre fokusgruppeintervjuet deltok 8 unge, halvparten jenter og gutter, i alderen 16-20 som oppga å bruke internettforum annenhver uke eller oftere, halvparten medlem av ungdomsparti.

Tabell 2-2 Utvalg av unge til fokusgruppeintervjuene

Fokusgruppeintervju	Gutt	Jente	Kriterier for rekruttering - internettpraksis
1	5	5	Diskuterer samfunnsspørsmål og politiske tema på internett ukentlig eller oftere
2	4	4	Bruker internettforum annenhver uke eller oftere/halvparten medlem av parti eller organisasjon

I denne hovedrapporten fra prosjektet anvendes først og fremst resultatene fra fokusgruppeintervjuene. I tillegg viser vi til mønstre fra spørreskjemaundersøkelsen som er mer utførlig beskrevet i delrapporten "Ungdoms samfunnsdeltagelse online- resultater fra skolekartlegging 2008"(Hauge og Storm-Mathisen 2008). Vi vil også trekke på svar som de unge i det siste fokusgruppeintervjuet avga på et mindre spørreskjema (se vedlegg) for å gi supplerende eksempler på nettsider de unge er på, saker de oppgir å ha vært involvert i og assosiasjoner de knytter til ordene "samfunnsengasjement" og "politikk".

2.3 Spørsmål og datainnsamling

Gjennomføring av spørreskjema og intervjuundersøkelsen vil beskrives nedenfor i noe mer detalj.

2.3.1 Gjennomføring av spørreskjemakartleggingen

Spørsmålene i spørreskjemaet handlet i hovedsak om tidsbruk på onlineaktiviteter, type onlineaktiviteter, kartlegging av nettsider de har vært på, med et fokus på blogging, diskusjonsforum og nettsamfunn (se vedlagt spørreskjema). Elevene ble også bedt om å gi åpnere beskrivelser av deltagelse og engasjement de brukte tid på og til å begrunne sin motivasjon for dette engasjementet. Disse spørsmålene var innlemmet som del i et spørreskjema som ellers kartla online spillaktiviteter og som var utviklet som et rekrutteringsskjema for et annet forskningsprosjekt ved SIFO: *Contextualising adolescents' egaming* (CAE).¹ De unges svar på de spørsmålene som presenteres i denne rapporten utgjør altså både en kartlegging med verdi i seg selv, men skulle også gi informasjon som kunne bistå til rekruttering av informanter til sammensetning av fokusgruppeintervjuer/intervjuundersøkelse.

Spørreskjemaet ble sendt til skolene og gjennomført i løpet av en skoletime i oktober 2007. I hver klasse var det kontaktlærer som tok ansvar for å dele ut spørreskjema og samle dem inn etter at elevene hadde fylt dem ut og lagt dem i en forseglet konvolutt.

Erfaring fra innsamling av et liknende spørreskjema (i CAE prosjektet), gjennomført i samme periode med to forskere tilstede, pekte på at det er mange forhold som kan påvirke elevenes svar og at spørreskjemaundersøkelsen ikke gir en presis beskrivelse av dere faktiske onlinepraksiser. For eksempel kan skoler og klasser være svært forskjellige og det er ting ved skolehverdagen og hvordan elevmassen er satt sammen som kan virke på internettbruken (eksempelvis hva som er pensum, hvor mye internettbruk er i fokus for skolens satsning, hvor langt de bor fra hverandre osv.). Videre kan læreres presentasjon av undersøkelsen så vel som klassemiljøet være forskjellig på måter som gjør utslag på hvordan elevene fylte ut skjemaet. Og spørsmålene og skjemaet i seg selv kan også virke førende og begrensende.

I og med at spørreskjemaet skulle fylles ut i klasserommet i løpet av en skoletime med medelever og lærere til stede ble det lagt vekt på at spørsmålene skulle være så enkle som mulig. Det er klart at rekkefølgen på spørsmålene og spørsmålsbatteriene kan ha påvirket svarene gjennom rangeringseffekter. Mer åpenbart var imidlertid at flere formuleringer og spørsmål vi hadde antatt var klare ble forstått ulikt av elevene. De unges bemerkninger under besvarelsene ga oss for eksempel et inntrykk av hvordan begreper som ”politikk” og ”driver lite/mye med” osv forstås relativt. For eksempel svarte mange at de ikke var politisk engasjerte, men fortalte samtidig at de enten hadde deltatt i underskriftskampanjer eller leste aviser daglig på nettet. Det peker mot at det bare er noen typer aktiviteter som inkluderes i kategorien ”politiske/samfunnsengasjerte”. Det kan også forstås som de unges begrunnelse for at vi ikke skulle ta kontakt med dem til den videre undersøkelsen. På den annen side peker det også mot at politisk aktivitet forstås ulikt og at spørsmål om deres nåværende onlineaktivitet ikke nødvendigvis er en god indikator dersom man ønsker å få tak i personer med stor erfaring. Hva som påvirker dette, om det er nedprioritering i forhold til andre arbeidsoppgaver, økende alder, at man blir lei av det er spørsmål som bør forfølges videre mer kvalitativt.

¹ Prosjektet er finansiert gjennom Norges forskningsråd, programmet for velferdsforskning og psykisk helse. Hovedformålet i CAE er å utvikle kontekstbasert kunnskap om unges engasjement i nettbaserte spill/aktiviteter og husholdenes regulering av dette CAE prosjektet skal: 1) å utvikle kontekstbasert kunnskap om unges engasjement i nettbaserte spill og husholdenes regulering av dette; dynamikk i hushold, unges kognisjon, kjønn, foreldre og jevnaldergruppe og 2) diskutere implikasjoner for fremtidig forskning, forebygging og behandling av unges nettspillproblemer, på husholdsnivå.

Et mer grunnleggende poeng knyttet til slike metodeusikkerheter er at en i utgangspunktet ikke vet i hvilken grad svar som blir gitt kan sies å referere til 'fakta' eller om de er retoriske i en eller annen forstand. Utsagn – inkludert svar på spørsmål både i spørreskjema og i intervjuer – er talehandlinger og det er bare gjennom å se svarene i en større meningskontekst, hvor både andre utsagn og ikke-verbale praksiser inngår, at en som forsker kan si noe kvalifisert om hvordan en bør forstå og analysere svarene (Storm-Mathisen & Helle-Valle, 2008) (Helle-Valle, 2007). Det er derfor rene kvantitative metodedesign er utilstrekkelige til å si noe sikkert om hva svar på spørsmål av den art som vi behandler her betyr. Svar må kontekstualiseres og selv om et sammensatt etnografisk feltarbeid ville være det ideelle er det dialogiske og sosiale ved fokusgruppeintervjuer en god metodisk innfallsvinkel til å bedre forståelsen av diskursiv informasjon.

2.3.2 Gjennomføring av fokusgruppeintervjuer

Fokusgruppeintervjuer er regnet som godt egnet til å få fram oppfatninger og synspunkter i tilknytning til et emne eller fenomen fordi de får frem begrunnelser i en relasjonell kontekst hvor ulike informanter ikke bare svarer på forskerens spørsmål men også spør og reagerer på hverandres utsagn (Tufte, 2005). Fokusgruppeintervjuene i denne undersøkelsen ble gjennomført i SIFO's lokaler i juni og september 2008 med 4 forskere til stede hvor en fungerte som primær moderator. Informantene ble rekruttert via Norstat på basis av verveguider for å finne frem til unge som kunne tenkes å ha ulike erfaringer og meninger om temaet (jfr oversikt fokusintervjuutvalg).

Spørsmålene i spørreguiden hadde flere deler. En del gikk på å få frem de unges syn på politisk deltagelse og de ble spurt om forskjellen på debatt på tv og facebook-side, hva som tiltalte dem og det ble lagt vekt på å få frem begrunnelser. De unge ble også bedt om å kommentere nedgang i valgdeltagelsen blant førstegangsvelgere, og at få unge ønsker å være medlem i politiske ungdomsorganisasjoner og stilt spørsmål om egne erfaringer, meninger og om dette kunne bety at ungdommer ikke er interessert i politikk. En annen del gikk på å få de unge til å si noe om samfunnsengasjement og politisk engasjement, hva de forstår med det, hva som eventuelt er forskjellen mellom samfunnsspørsmål og politikk bla ved å gi eksempel på den første saken som engasjerte dem, hva de gjorde og hvorfor, og beskrive hva de var engasjert i nå og hvordan og ved å komme med eksempler på hva som skal til for å kalle noen politisk engasjert. Videre gikk en tredje del mer spesifikt på politisk deltagelse på nettet: om de forstod noen av de online/ internett aktivitetene dere deltar i som politisk/samfunnsmessig engasjement, på hvilke arenaer og nettsteder de ga uttrykk for dette, hvordan de fant disse arenaene, hva de gjorde og hva som motiverte dem til disse aktivitetene. De ble også bedt om å si noe om forholdet mellom samfunnsengasjement og politisk deltakelse på nettet versus på mer konvensjonelle arenaer og komme med eksempler på saker og hvor lett det var å nå frem med hva i de ulike foraene.

3 Ungdom og politisk engasjement

3.1 Den norske konteksten

Norge er det landet i Europa som bruker mest tid til å se på nyhetsprogrammer og programmer om politikk og aktuelle samfunnsspørsmål til tross for at nordmenn sammenlignet med andre land i Europa bruker mindre tid på se tv totalt sett (Aalberg, 2004). Videre bruker den norske befolkning komparativt sett mer tid på aviser (Aalberg, 2004). Internett er en viktig del av nordmenns mediebruk; så godt som hele befolkningen har tilgang og det absolutte flertall bruker også nettet til daglig (se mer om internettbruk i Norge under kapittel 4).

Når det gjelder norske ungdommers holdninger og oppfatninger av demokratiet og hva det vil si å være en god samfunnsborger oppgir kun 20 prosent at det er viktig å være medlem av et politisk parti, lavere enn i de fleste andre land² (Mikkelsen & Fjeldstad, 2003). Ser man på praksis, er det under 10 prosent av befolkningen som er medlemmer eller aktive i politiske partier (Sandnes, 2007). I følge Mikkelsen og Fjeldstad har norske ungdommer komparativt sett høy tillit til demokratiet, noe de mener indikerer at ungdommer mener det norske representative demokratiet fungerer godt og at det derfor ikke inviterer til et sterkt engasjement (2003). Dette kan også være noe av forklaringen på den relativt sett lave valgdeltakelsen under stortingsvalget i 2001. På den andre siden ligger norske ungdomsskoleelever på topp blant unge i 28 land når det gjelder kunnskaper og ferdigheter på viktige demokratirelaterte områder (Vestby, 2003). Liden og Ødegård (2002) påpeker at på tross av at tradisjonelle deltakelsesformer som valgdeltakelse og medlemskap i politiske organisasjoner har vært nedadgående, har det vært en omfattende økning når det gjelder den direkte politiske deltakelsen gjennom 80- og 90-tallet. Liden og Ødegård's rapport fra 2002 viser at det å skrive under på et opprop er den mest populære aktiviteten, noe forfatterne begrunner med at en slik aktivitet ofte kan være uforpliktende, rask og lett tilgjengelig. Videre rapporteres det at partipolitisk arbeid er den minst populære aktiviteten, men at totalt sett 71 prosent av respondentene i deres undersøkelse hadde oppgitt å ha deltatt på en eller flere av aktivitetene som ble karakterisert som politiske (Lidén & Ødegård, 2002). Norsk ungdom er dermed forholdsvis politisk aktive, noe som kan henge sammen med en lang tradisjon i Norge og de øvrige skandinaviske landene for en felleskapsorientert politisk kultur gjennom sosialdemokratiet.

Når det gjelder politisk deltaking i den norske konteksten som helhet, refererer Henriksen og Aalandslid (2006) til data fra SSB og konkluderer med at den politiske deltakelsen i Norge både har gått ned og opp, alt etter som man ser på konvensjonell eller ukonvensjonell deltaking. Valgdeltakelse og medlemskap i politiske organisasjoner ses gjerne på som konvensjonell deltaking, mens ulike former for aksjonsrettet deltakelse som det å skrive under på opprop eller delta i demonstrasjoner regnes som ukonvensjonell. Utviklingen fra 1980 tallet og fram til i dag viser at deltaking i stortingsvalg har gått noe ned fra nittitallet og utover. Medlemskap i politiske partier og aktivitet i disse er om lag halvert sammenlignet med nivået fra

² Basert på demokratiundersøkelsen Civic Education Study gjennomført i til sammen 28 land blant 14 åringer (9. klassinger).

begynnelsen av 1990-tallet og ligger nå under 10 prosent av befolkningen for begge kjønn (Barstad og Hellevik 2004 i Henriksen og Aalandslid 2006). Deltakelse i organisasjonslivet har holdt seg relativt stabilt i løpet av årene, med om lag halvparten av den voksne befolkningen som aktive i ulike organisasjoner i 2001. Når en ser på ulike typer for ukonvensjonell deltaking viser statistikken å være noe svingende der deltakelsen både øker for annenhver undersøkelse, men også blir redusert ved annenhver. For eksempel viser SSBs valgundersøkelser fra 1985 til 2001 at andelen som har skrevet under på opprop er langt høyere enn for de andre deltakerformene med en økning fra 19 til 27 prosent (Henriksen & Aalandslid, 2006).

3.2 Sosiale og kulturelle endringer i samfunnet

Det er fruktbart å betrakte ungdoms forhold til samfunnsengasjement i et historisk perspektiv; i dette ligger det også en bevisstgjøring omkring sosiale endringer som kan tenkes å ha hatt en innvirkning på hvordan man i dag forholder seg til samfunn og politikk. Men hvordan og i hvilken grad sosiale og kulturelle endringer faktisk har gitt seg utslag i endringer i folks vaner, holdninger og handlingsmønstre er imidlertid omstridt. Allikevel er det noen teorier som har fått en mer fremtredende og innflytelsesrik posisjon i diskursen rundt sosiale endringer som det kan være verdt å belyse her. Sosiologen Anthony Giddens hevder at det har skjedd en slags maktforskyving fra kollektive institusjoner til individet (1991). I moderne (og tradisjonelle) samfunn ble valg og handlingsmuligheter i stor grad bestemt av allerede eksisterende tradisjoner eller lagt føringer for av sterke samfunnsinstitusjoner som for eksempel kirken. Giddens kaller samfunnsendringene fra det tradisjonelle til det post-tradisjonelle samfunn for *refleksiv modernitet*. I det post-tradisjonelle samfunn har valgmulighetene gradvis blitt frigjort fra konvensjonens bånd, noe som har ført til at folk i større grad enn før må ta aktivt stilling til sine valg og handlingsmuligheter. Videre hevder Giddens (Lidén & Ødegård, 2002) at spesielt de unge vender seg bort fra de tradisjonelle institusjonene ettersom de opplevs som irrelevante til å løse de oppgaver unge i dag står ovenfor.

Det blir derfor vanskelig å sammenligne og sidestille nye generasjoners politiske engasjement med tidligere generasjoners, både fordi det er grunn til å tro at erfaringer, holdninger og opplevelsen av hvilke valgmuligheter man har forandrer seg over tid, og fordi operasjonalisering av begreper som engasjement, deltakelse og politisk aktivitet i mye av den tidligere forskningen har vært for snever. Tradisjonelle sosialiseringsteorier viser at sosiale og politiske verdier er dyptgående fenomener basert på tidlige erfaringer fra hjemmet, skolen og arbeidssted (Norris, 2001). En generasjon som vokser opp med internett som en naturlig del av hverdagslivet og kunnskapsdannelsen vil derfor sannsynligvis ha et annet forhold til samfunnsproblemer og politikk enn tidligere generasjonen som hadde helt andre informasjons og kommunikasjonskanaler tilgjengelig. I følge Dahlgren (2007) er det flere tendenser ved det sen-moderne som kan tenkes å ha en innvirkning på samfunnsmessig og politisk engasjement. Især peker Dahlgren på at den offentlige kulturen har blitt stadig mer fragmentert, mediene blir mer og mer allestedsnærværende, forbruk betraktes som en måte å være på, og et sterkere fokus på individualisme. Disse tendensene har også vist seg å være betydningsfulle i dette prosjektets fokusgruppeintervjuer der ungdommene rapporterer en større interesse for politiske enkeltsaker, utstrakt mediebruk, shopping som metafor for dannelse av politiske meninger og holdninger. Også individualisme, i forstand av betydningen av å danne seg egne meninger, er et påfallende trekk ved deres selvframstillinger.

3.3 Nye generasjoner

Vår undersøkelse fokuserer på ungdom i 16-20 års alderen og hva slags forhold de har til det å være politisk engasjert og hvordan de opplever internett som en arena for diskusjon og debatt rundt samfunnsspørsmål og politikk. I følge Storsul et al. (2008) er ungdom i denne aldergruppen representanter for det Howe og Strauss (2000) har kalt *Millennials*, Tapscott har kalt *Nettgenerasjoner* og OECD kaller *New Millennium Learners*. Dette er en spesielt interessant aldersgruppe fordi de har vokst opp med internett som en integrert del av sin oppvekst.

Generasjoner kjennetegnes ved at de er født i samme historiske periode og deler dermed en *zeitgeist* (Vinken, 2007). Tradisjonelt har individer blitt sosialisert inn i samfunnet ved å gjennomgå en formell utdanning, der kunnskapsdannelse har blitt sett på som en gradvis prosess. Ungdomsgenerasjoner blir derfor ofte regnet for å være under utdanning, ungdomstiden som en modningsprosess, og barn og unge som 'uferdige' voksne (Lidén & Ødegård, 2002). Nyere barn- og ungdomssosiologi har utfordret et slikt syn og pekt på viktigheten av å studere barn og ungdom som autonome personer i et her og nå fremfor som fremtidige personer (Qvortrup, 1995). Karakteristisk for dagens barndom er at man vokser opp mye fortere men får tildelt en voksenstatus mye senere, noe som gjør denne generasjonen til en attraktiv forbrukergruppe (S Livingstone, 2002).

Her er det viktig å påpeke at barn og ungdom ikke utgjør en homogen gruppe; de har forskjellig bakgrunn, perspektiver og kompetanse. Likevel kan det være nyttig å operere med et generasjonsbegrep fordi det peker mot lignende erfaringer ved det å vokse opp under bestemte historiske og kulturelle forhold. Mye av det som skiller *Nettgenerasjonen* fra tidligere generasjoner er måten dagens unge har blitt eksperter på. Den teknologiske kunnskapen ungdommen besitter i dag utkonkurrerer ofte den kunnskapen dagens voksne sitter med. I følge Ito et al. (2008) spiller barnas kunnskap og kompetanse innen informasjons og kommunikasjonsteknologi en viktig rolle i familiekonteksten, der de ofte hjelper til med å tolke nettsider og annen form for informasjon for foreldrene deres.

3.4 Deltakelse og engasjement?

Politisk engasjement blir gjerne sett på som selve utgangspunktet for et velfungerende demokrati og har derfor vært gjenstand for mye offentlig diskusjon og forskning. Det å være politisk engasjert knyttes som regel opp mot valgdeltakelse og være medlem av politiske partier. Samfunnsengasjement derimot blir brukt i sammenheng med en generell interesse for hva som skjer i samfunnet og som gir et implisitt grunnlag for utviklingen av en mer spesifikk politisk interesse eller engasjement (Banaji, 2008). Banaji påpeker videre at ideen om at spesielt unge mennesker er uengasjerte i politikk og samfunnet generelt nærmest blitt et mantra innen denne typen diskurs og akademisk diskusjon. Selv om mange påpeker at ungdom synes å ha blitt mindre interessert i politikk enn tidligere og at dette gir negativ utslag på samfunns- og politisk deltagelse og engasjement, er det viktig å ikke trekke for kjappe konklusjoner. For det som synes å være mindre avklart i den akademiske diskursen er selve definisjonene av begreper som samfunnsrelevans, politikk, deltagelse og engasjement (Sonia Livingstone, 2008; S. M. Livingstone, Bober, & Helsper, 2005; Ward, 2008). Hvilke praksiser kvalifiserer som deltagelse og hvordan kan vi forstå engasjement? Hvor aktiv må man være for å defineres som engasjert? Hvilke aktiviteter regnes for å være politiske? Og hva er det som gjør deltagelse og engasjement mer eller mindre demokratisk? I følge Livingstone et al. (2005) har internett blitt applaudert som teknologien som vil føre med seg et mer deltagende demokrati, ved at flere aktivt kan engasjere seg i politiske prosesser. Internettets potensial for ungdoms

samfunns- og politiske engasjement har blitt trukket frem i forskningen på dette området (Bachen, Raphael, Lynn, McKee, & Philippi, 2008; Coleman & Rowe, 2005).

Den årlige spørreundersøkelsen om unge amerikaneres syn på politikk og politisk engasjement ved Institutt for statsvitenskap ved Harvard University fra 2005, viser at unge menneskers definisjon av politisk engasjement skiller seg fra deres foreldre og besteforeldre generasjons syn (Shaheen, 2005). Det er ikke slik at tradisjonelle definisjoner av politisk engasjement som det å stemme, eller å demonstrere har blitt erstattet. Harvard undersøkelsen viser at en rekke aktiviteter kan ses på som politiske, som det å skrive e-post for å støtte politiske saker, skrive under på elektroniske underskriftskampanjer, skrive blogg, ha på seg t-skjorter med politiske eller sosiale budskap, og delta i løp for veldedige formål. Dette viser at internettaktiviteter spiller en viktig rolle i definisjonen av politisk engasjement. Tydelig blir også at det er viktig å være åpen for hvilke aktiviteter som kan kvalifisere eller ses på som uttrykk for samfunns- og politisk engasjement og at disse ofte er komplekse og ikke minst kreative.

3.5 Demokrati og deltakelse

Deltakelse blir gjerne sett på som en av mest fundamentale premissene for demokratiet som system. Forstått som folkestyre eller opplyst folkevelde fører demokratiet med seg et syn på borgeren som deltagende gjennom medbestemme på bakgrunn av ferdigheter, kunnskap og informasjon. I Norge har vi et representativt demokrati, der folket deltar i form av å velge noen representanter for folket som skal ha myndighet til å ta beslutninger på deres vegne. I et representativt demokrati tilbyr de ulike partiene programpakker som en representasjon på hva slags politikk borgerne kan velge mellom. Spørsmålet man kan stille seg blir dermed om denne pakkelsen er representativt for borgernes egne oppfatninger og standpunkter, eller om det er en annen løsning som er mer representativt for hvordan folket tar beslutninger i et informasjonssamfunn.

Ideen om den offentlige sfæren eller offentligheten (Habermas), det offentlige rom (Arendt) og sivilsamfunn betegner rommet mellom staten og markedet på den ene siden og privatlivet på den andre. I dette rommet, som vi her velger å kalle for offentligheten, har borgeren en fremtredende rolle. Det er i offentligheten at forutsetningene for et velfungerende demokrati synes å bli skapt og gjenskapt; for det er gjennom aktiv deltakelse og kommunikasjon at folket kan styre. Hannah Arendt betrakter mennesket, i likhet med Aristoteles begrep om *zoon politikon*, som grunnleggende politisk. Det politiske ved mennesket i følge Arendt ligger i dets handlende vesen (Vetlesen, 1996). I følge Arendt må både handling (praxis) og tale (lexis) forstås som politiske (Arendt, 1996). Arendt knytter handlingen og talen sammen i synet på den menneskelige væremåten som fundamentalt konstituert av pluralitet. Nettopp fordi alle mennesker kjennetegnes av å være ulike kan vi i det hele tatt kommunisere med hverandre; hadde vi alle vært like ville vi ikke hatt noe behov for kommunikasjon fordi vi allerede hadde vært enige (Arendt, 1996).

Hvorvidt det ligger i det politiske å etterstrebe enighet blir et annet spørsmål. Teorier om deliberativt demokrati peker på at demokrati og beslutningstaking burde være grunnet i en opplyst diskusjon mellom borgene. I følge Dahlgren (2005) handler ideen om det deliberative demokratiet om å oppnå konsensus gjennom en rasjonelt motivert åpen diskusjon. Denne forestillingen bygger i stor grad på Jürgen Habermas sine teorier, i sær begrepet om den offentlige sfæren, der det er det rasjonelle argumentet som skal gi grunnlag for offentlig meningsdannelse (1989). I følge Habermas er det den kommunikative handlingen som står i sentrum for demokratibegrepet; en kommunikativ handling er alltid rettet mot å oppnå gjensidig forståelse og forutsetter evnen til å kunne ta den andres perspektiv (1991). Dette er også noe av Arendts poeng, nemlig at grunnbetingelse for handling og tale er pluralitetens faktum.

Sivilsamfunn er i følge Dahlgren (2002) et annet viktig begrep når man snakker om deliberativt demokrati og jevnstilles ofte med Habermas begrep om den offentlige sfæren. Sivilsamfunnet som den sosiale arenaen mellom staten og økonomien, fungerer i følge Dahlgren (2002) som en opplæringsarena for borgerne der de får muligheten til å trene seg opp i politiske aktiviteter og bli politisk engasjerte. I følge Patemans (1970) demokratiteori er det nettopp deltakelse i frivillige og ikke-statlige organisasjoner som gir grunnlag for deltakelse på et mer politisk overordnet nivå. En viktig forutsetning for individets politiske deltakelse i følge Pateman er derfor troen på at man kan gjøre en forskjell, noe som krever trening gjennom deltakelse i andre arenaer først.

Som en kritisk motvekt til Habermas' konsensusorienterte deliberative demokratiteori, formulerer Chantal Mouffe et alternativ som hun kaller for et agonistisk pluralistisk demokratimodell (1999). I følge Mouffe er det offentlige rom preget av å være konfliktfylt, noe som verken kan eller bør fjernes (Moe, 2006). Det er lidenskapen som er motivet for politisk handling, ikke konsensus; for Mouffe er konsensus en ontologisk umulighet fordi man ikke kan operere med et "oss" uten "dem" (ibid.). Politikk blir for Mouffe det sett av praksiser, språkspill og institusjoner som skal etablere orden under disse konfliktfylte forholdene (Moe, 2006).

Den lidenskapelige handlingen og engasjementet er tydelig til stede om man vender blikket mot den populærkulturelle arenaen; en arena der de fleste ungdommer ofte befinner seg. Engasjement og deltagelse fungerer som en integrert og naturlig del av ungdoms hverdagslige erfaringer i den populærkulturelle arenaen.

3.6 Deltakerkultur

Henry Jenkins har skrevet mye om det han kaller for *deltakerkultur*. Populærkultur og særlig fankultur er fundamentalt basert på engasjement og deltakelse. TV-serier, filmer, musikk, dataspill, og tegneserier finner et enormt engasjement hos folk som er tilhengere eller *fans* av disse. Kulturelle praksiser som det å kopiere opp å publisere og sette sammen egne blader, eller fansize; ta opp forskjellig musikk på kassett og sette sammen til en helhet, eller skrive fanbrev er ulike måter vanlige folk aktivt har brukt populærkultur i sine hverdagslige erfaringer og aktiviteter (Jenkins, 2003). Å være fan er ofte sosialt og på nettet finnes det uendelige fansider og diskusjonsfora. Bronze Beta for eksempel er en av de mest populære diskusjonsfora for en fanbase på nettet, helt og holdent forebeholdt diskusjoner blant fans om tv-serien *Buffy the Vampire Slayer*. Nancy Baym har argumentert for at nettdiskusjoner blant såpeoperafans er en viktig del av dette medieforbruket (1998). Såpeoperasjangeren gjør det nærmest umulig å følge med på hver episode og fansen er derfor avhengig av å diskutere hendelsesforløpet med andre som er opptatt av det samme, sammen sitter de på en imponerende mengde med informasjon og kunnskap som fellesskapet kan dra nytte av.

Samarbeidet og deltagelsen i fellesskapet fansen i mellom er grunnleggende for den beskrivelsen av deltakerkultur som Jenkins hevder er av en fundamental demokratisk natur. I følge Jenkins handler deltakerkultur om det arbeidet og den leken som inngår i de handlingene som tilskueren utfører i det nye mediasystemet (Jenkins, 2006). Det nye mediasystemet refererer til den måten tilskueren/leseren/brukeren har blitt en integrert del av systemet, og særlig i forhold til den aktive rollen som disse tilskrives i produksjonsprosessen og ikke bare som en passiv del på resepsjonssiden.

Internett spiller en helt fundamental rolle i den nye deltakerkulturen. I følge Jenkins (2002) kan fansen i internettets tidsalder mobilisere seg mye fortere og organisere seg mer effektivt, de kan for eksempel redde tv-programmer og protestere mot upopulære utviklinger. Men også medieutviklingen i TV er en del av dette nye mediasystemet. Sett som et medielandskap

kan nye medier forstås som måten tradisjonelle medier som bøker, fjernsyn og radio konvergerer med digitale medier, hvor aspekter som interaktivitet og sosial kommunikasjon blir en stadig viktigere og integrert del av samtlige medier (Ito et al., 2008).

Coleman (2007) trekker fram reality tv som et viktig og gjennomgripende eksempel på deltakerkultur i dag. Stemmegivning fungerer som den mobiliserende og interaktive funksjonen til reality programmer. Det å stemme fordrer et visst engasjement i programmet; man må tross alt vite en del ting før man kan avgjøre hvem av deltakerne det er som fortjener ens stemme. Coleman bruker *Big Brother* som case, og argumenterer for at tilskueren aktivt inviteres til å gjøre opp sin egen mening om en rekke forhold; hvilke deltakere er det som tenker strategi og hvem er det som bare er seg selv, hvem er det som fungerer som en leder og hvem er som kun dilter etter? I følge Coleman ligger det en enorm energi i denne formen for populærkulturell engasjement. Å stemme på *Big Brother* er dessuten bare en del av det bredere kulturelle engasjementet, som også involverer det å besøke nettsidene, delta i nettdiskusjoner og diskutere offline med venner og arbeidskollegaer (Coleman, 2007).

Den populærkulturelle arenaen har derfor en del demokratiske trekk ved seg; fansen har en stemme, men de må ofte være mange nok får virkelig å bli hørt eller tatt på alvor, samlet har de ofte makt til å påvirke institusjonene som lager tv-programmet eller filmen, de samler seg alltid rundt en felles interesse, og engasjementet baserer seg som oftest på lidenskap. Denne formen for deltakerkultur har mye til felle med den konfliktfylte demokratimodellen som Mouffe beskriver. Ulike grader av kunnskap, forskjellige tolkninger og mangfold av meninger rundt en tv-serie eller film gjør at fangruppen ikke kan betraktes som konsensusdrevne men heller som konfliktfylt; de drives framover av engasjementet og lidenskapen de har til felles. At fangruppen er karakterisert av å være ulike og like på samme viser tilbake til Arendts poeng om at pluralitet på en og samme tid er handlingens forutsetning og resultat; det er gjennom det mangfoldet av perspektiver at det offentlige rom og dermed politikken kan tre frem. I følge Balkin (2004) er det ytringsfriheten som internett muliggjør som er det virkelige nye ved deltakerkulturen i dag:

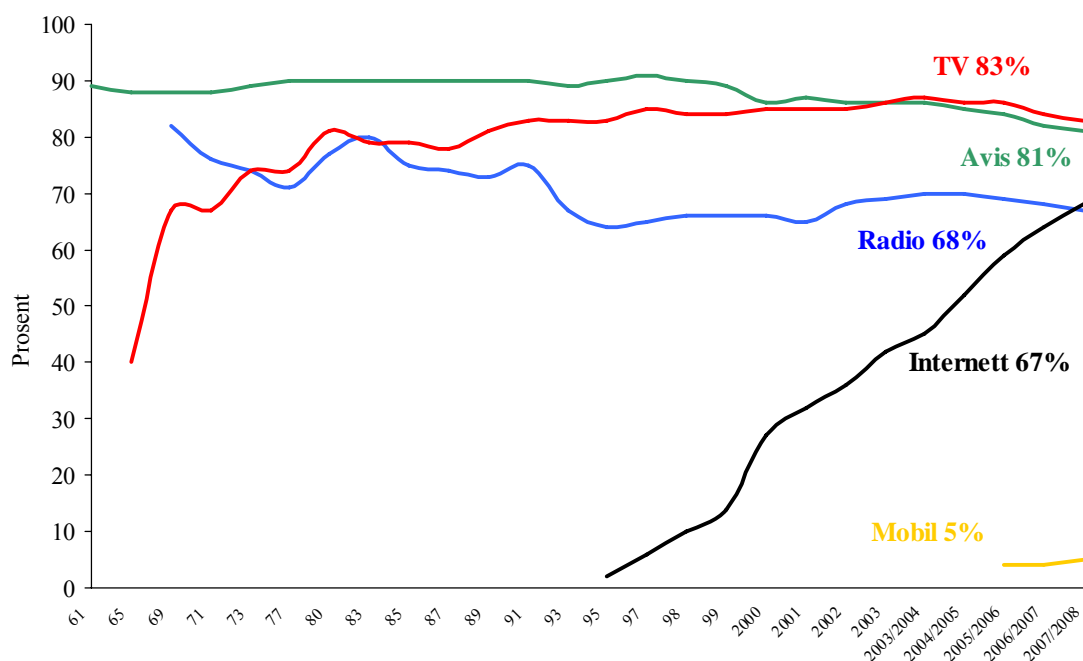
“Internet speech is participatory and interactive. The roles of reader and writer, producer and consumer of information are blurred and often effectively merge [...] because Internet speech is a social activity, a matter of interactivity, of give and take, it is not surprising that Internet speech creates new communities, cultures and subcultures” (2004)

Tanken om at internett legger til rette for friheten til å ytre seg handler om å fremme en demokratisk kultur. I følge Balkin er en demokratisk kultur det samme som deltakerkultur; og enhver deltakelse er performativ (2004). Ved å produsere sin egen kultur, fremfører man samtidig sin egen frihet (ibid.).

4 Ungdoms mediebruk

4.1 Medieutvikling og medievaner

Unge er langt større brukere av internett enn befolkningen som helhet (SSB, 2008). Tall fra TNS Gallup viser at 67 prosent av befolkningen bruker internett til daglig, til forskjell fra 84 prosent av unge mellom 16-19 år (TNS Gallup, 2007). Ser man på medieutviklingen i Norge fra 1960 til i dag uavhengig av alder, blir det tydelig at internett er det mediet som er aller sterkest i vekst, mens fjernsyn, radio og avis står relativt stabilt eller er preget av en tilbakegang.



Figur 4-1: Daglig oppslutning om avis, radio, fjernsyn, tekst-TV og Internett 1961-2007/2008. Kilde: Folks Medievaner 2008, Knut-Arne Futsæter TNS Gallup.

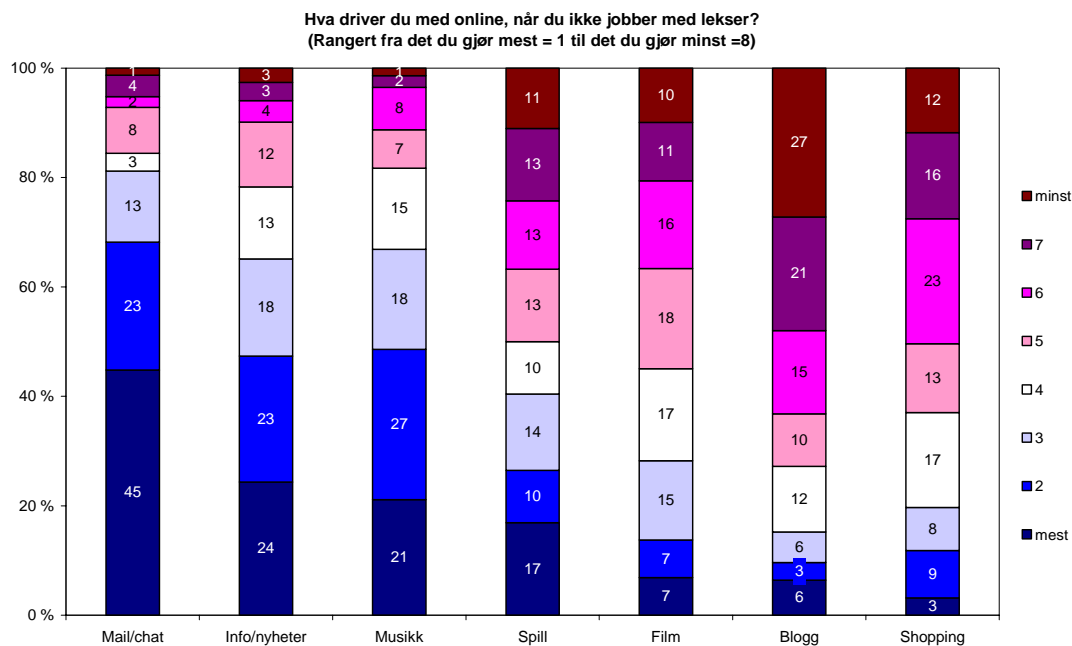
Mediehverdagen er i rask endring. På litt over et tiår har internett blitt en naturlig del av folks hverdagsliv. Til tross for dårlige prognoser om at internett ville forårsake fjernsynets forfall, har TV-mediet holdt seg relativt stabilt, og er fortsatt samlet sett det største mediet blant befolkningen som helhet. Når det gjelder avislesning viser tall fra *Norsk Mediebarometer* at det har vært en betydelig nedgang de siste årene, fra en andel på 84 prosent i 1991 til 72 prosent i 2007; andel som har brukt radio en gjennomsnittsdag har falt enda mer, fra 71 prosent i 1991 til 53 prosent i 2007 (SSB, 2008).

Medieutviklingen har gått fra enkeltmediets betydning til et multimedialt landskap; dette skyldes til dels det stadig økende antall mediekkanaler og en stadig større fragmentering av

mediebruken. Det betyr at man ikke nødvendigvis bruker mediene hver for seg, men ofte bruker mange medier samtidig; man ser både på TV, spiller PC spill og sjekker Facebook i jevne mellomrom, kanskje man sender en e-post eller laster ned musikk i bakgrunnen. SSB (2008) rapporterer at det er personer i alderen 13-15 år som i størst grad bruker internett en gjennomsnittsdag, mens det er 16-24 åringer som bruker mest tid på det i løpet av en dag.

De siste årene har fremveksten og bruken av sosiale medier blitt stadig mer fremtredende. Teknologitvillingen har ført til at brukere i økende grad kan interagere med mediene og aktivt bidra til å skape medieinnhold. Medieutviklingen det her er snakk om omtales ofte i termer som sosiale medier, sosial web, sosial software, web 2.0 og brukerskapt innhold (fra det engelske user generated content). Som det fremgår av de ulike betegnelsene er det samhandling, deltakelse og det sosiale som står i sentrum for denne diskursen. Medieutviklingen går i retning av at brukeren i økende grad skaper innhold i form av tekst, bilder, musikk eller video. Blogger, videodelingssider (*YouTube*), Wikis (*Wikipedia*) og nettsamfunn (*Facebook*) er eksempler på plattformer det man kan laste opp det brukerskapt innholdet (Brandtzæg & Lüders, 2008).

Hva gjør ungdom når de er på internett? I våre spørreundersøkelser rapporteres det om utstrakt tidsbruk på internett; de fleste ungdommene oppgir at de er online mellom 1 og 3 timer daglig. Som det fremgår av figuren nedenfor er mail/chat, info/nyheter og musikk det flest svarer at de bruker mest tid på når de er på internett. I andre enden av skalaen ser vi at mange oppgir at de bruker minst tid på å blogge og shoppe. Spill og film plasserer seg i midten med en jevn fordeling over skalaens 8 verdier.



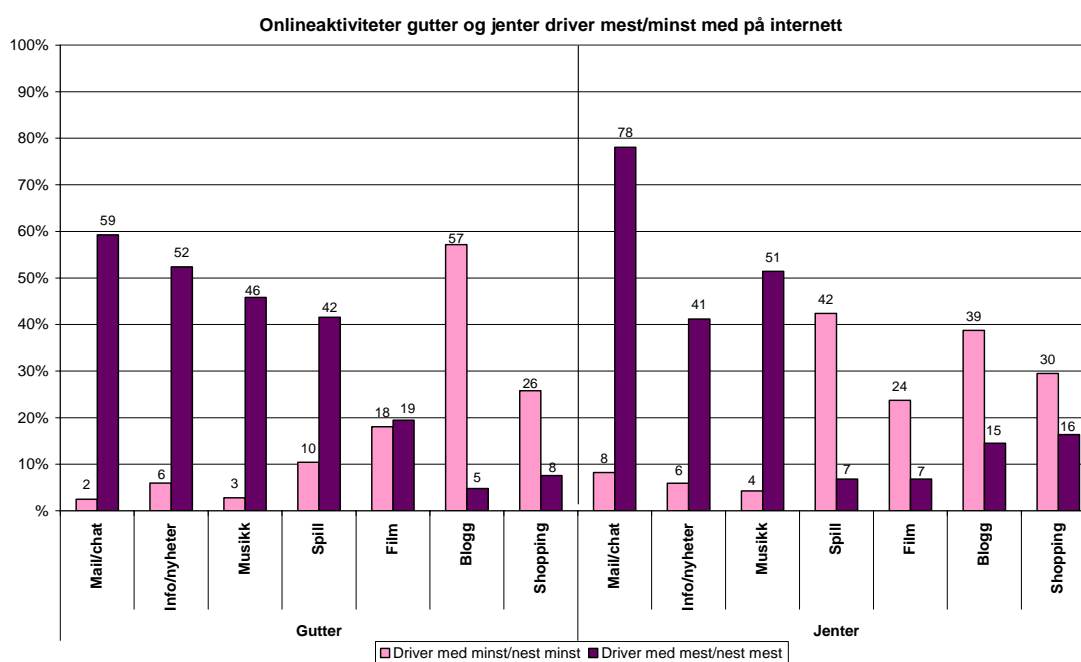
Figur 4-2: Andel i prosent som driver mest/minst med ulike aktiviteter på internett. Rangerte svar fra mest=1 til minst=8
(N=Mail/chat:154, Info/nyheter:152, Musikk:142, Spill:136, Film: 131, Blogg:125, Shopping:127)

I samsvar med tidligere forskning (OECD, 2004; Wellman & Haythornthwaite, 2002) er det fortsatt mail/chat og info/nyheter som er de mest populære aktivitetene på nettet. Typiske steder som nevnes i forbindelse med mail eller chat er *hotmail.com*, *msn.com* og *facebook.com*. Nettsider hvor flest informanter leser nyheter eller finner informasjon er *vg.no*, *aftenposten.no* og *dagbladet.no*. De fleste oppgir å bruke *iTunes* og nedlastingsprogramet *limewire.com* til musikk. *123spill.no* var den siden flest nevnte at de brukte til spill og noen

oppgå også nettsider hvor man kan spille pengespill. *Youtube.com* og *filmweb.no* var de mest brukte eksemplene på filmsider, mens *facebook.com* ble også oftest nevnt som et eksempel på sider hvor ungdommene blogger. Blant shoppingsidene som ble angitt var det *finn.no* og *ebay.com* som gikk igjen.

4.1.1 Kjønnforskjeller

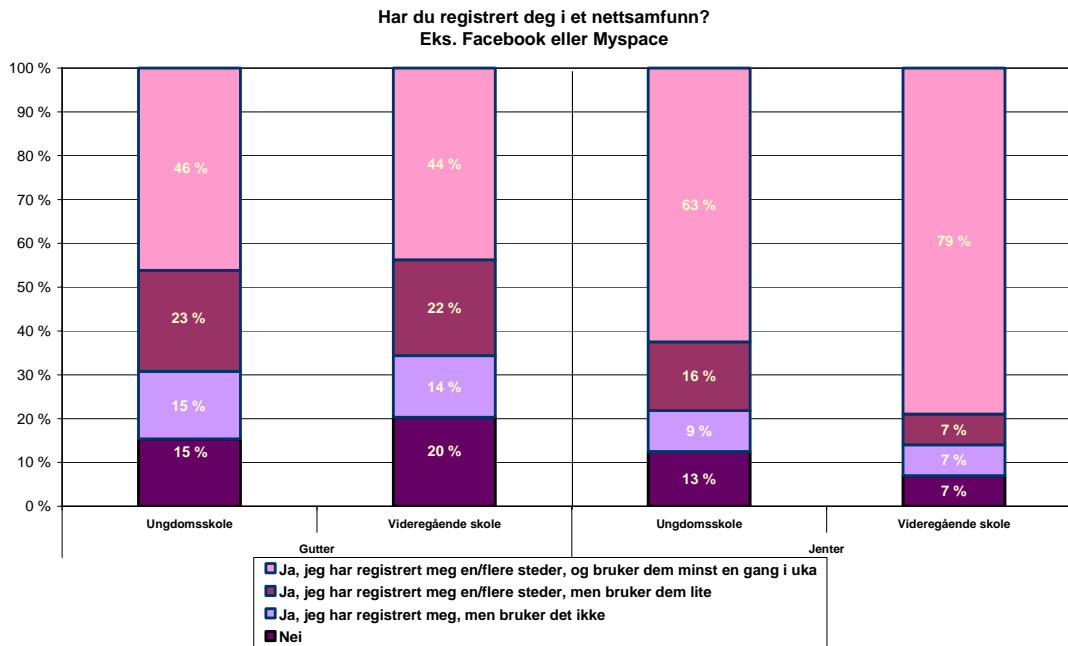
Av spørreundersøkelsene kommer det fram at det eksisterer kjønnforskjeller når det gjelder onlineaktiviteter. Både gutter og jenter oppgir å drive mest med mail/chat, info/nyheter og musikk. Derimot er det en høyere andel gutter som oppgir info/nyheter som en mye brukt onlineaktivitet enn jenter, mens jenter holder noe mer på med musikk enn det gutter gjør. Den største kjønnforskjellen viser seg imidlertid å være i andel gutter og jenter som spiller spill. Det er langt flere gutter enn jenter som spiller spill når de er på nettet. Blogging er den aktiviteten gutter oppgir å drive minst med på nettet.



Figur 4-3: Andel i prosent som driver mest/nest mest og minst/nest minst med ulike aktiviteter på internett. Rangerte svar fra mest=1 til minst =8, hvorav de to øverste og nederste kategoriene er tatt med i figuren. (N=Mail/chat:113, Info/nyheter:81, Musikk:74, Spill:69, Film: 45, Blogg:72, Shopping:50)

Kjønnforskjeller viser seg også å være til stede når man ser på graden av involvering i ulike onlineaktiviteter. For eksempel har over 70 prosent av jentene aldri deltatt i diskusjonsforum på nettet, mot i underkant av 40 prosent av guttene. 7 prosent av guttene er aktive i ett eller flere diskusjonsforum minst en gang i uka, mot 2 prosent av jentene. Over halvparten av guttene har deltatt i slike fora, men gjør det sjelden. Det tilsvarende tallet for jentene er 27 prosent. Jentene derimot er langt mer aktive brukere av nettsamfunn enn guttene.

4.1.2 Bruken av sosiale medier og nettsamfunn



Figur 4-4: Andel i prosent som har registrert seg i et nettsamfunn etter kjønn og skole
N=192

Den største andelen av ungdommene oppgir å ha registrert seg i et eller flere nettsamfunn; mange bruker dem i tillegg minst en gang i uka. Brukergruppen som er mest aktive på nettsamfunn er jenter på videregående skole. Det finnes en rekke grunner for hvorfor man bruker sosiale medier, inklusive nettsamfunn. I følge Futsæter (2008) er en av de mest grunnleggende funksjonene til de sosiale mediene å tilrettelegge for sosial kommunikasjon og identitetspresentasjon. Slike aktiviteter inkluderer blant annet å sjekke ut og/eller å skrive kommentarer på andres profiler og bilder, samt å lete etter informasjon om venner og holde seg oppdatert. Den nest mest rapporterte faktoren for bruk av sosiale medier, i følge Futsæter, går på de mer interaktive og skapende funksjonene, som for eksempel diskutere på nett, skrive lengre blogginnlegg og delta i ulike interessegrupper. Den tredje faktoren som legges til grunn for bruk av sosiale medier er informasjonssøk, både i forhold til ulike temaer og samfunnsspørsmål, og om mer konkrete ting som kino og konserter (Futsæter, 2008). Våre funn bekrefter dette. Så godt som alle ungdommene i undersøkelsen vår oppgir å bruke nettverkene de er med i på nettet for å holde kontakt med venner. Relativt få oppgir å bruke slike fora til å uttale seg om generelle samfunnstema eller politikk. På den andre siden er deltakelse i støttegrupper og underskriftskampanjer noe mer utbredt, særlig blant jenter.

Våre undersøkelser viser at den sosiale deltakelsen på internett primært er basert på bruken av nettsamfunn. Andre aktiviteter som å publisere egne bilder og filmsnutter eller å lage sin egen blogg er langt fra like utbredt. Det er mye vanligere å registrere seg og se på andres bilder eller filmsnutter enn å laste opp sine egne. De aller fleste av ungdommene har aldri laget sin egen blogg, med unntak av jenter på ungdomsskolen der over halvparten oppgir å ha en egen blogg, men bare 25 prosent som svarer at de oppdaterer den jevnlig.

4.2 Makt, påvirkning og medieeffektsforskning

Det finnes ulike teorier på forholdet mellom medieforbruk og samfunnsdeltakelse. Disse er i stor grad karakterisert av at forskningen på feltet ofte er uenige hvorvidt mediebruk fremmer eller undergraver politisk og samfunnsmessig deltagelse, noe som ble beskrevet som hypoteser om mediene som demobiliserende eller stimulerende i innledningen. Tradisjonelt har medieforskningen vært veldig opptatt av mediens makt, påvirkning og effekt. Forholdet mellom mediene og politisk engasjement har i forskningssammenheng blitt behandlet som et spørsmål om påvirkningsforhold og årsakssammenheng. Særlig i forhold til massemediene har effektforskningen hatt en sterk posisjon. Alt fra tegneserien, filmen, radioen, TV, video og data spill, og nå sist internett har blitt gjort til gjenstand for spørsmål om maktforhold, påvirkning og effekt. I følge Drotner (1992) har medieforskningen og den offentlige diskursen reproduisert en slags mediepanikk for hvert nye medium som har sett dagens lys. Mediepanikken handler om den potensielt negative effekten eller påvirkningen et medium kan ha på folks adferd; tegneserien kunne fordere folks og særlig barns moralske oppfatninger, filmen kunne ha opinionsfremmede og propagandistiske effekter og video spill kunne fremme aggressivitet og asosial oppførsel for å nevne noen av de påståtte negative effektene mediene kunne fremkalle. Mediepanikkens legitimitet innen medieforskning kan forklares med fokuset på barn og ungdoms sårbare posisjon og behovet for å beskytte samfunnets utsatte grupper.

Mye av den klassiske effektforskningen må også ses i sammenheng med massemediet som fenomen. Massemediets enveiskommunikasjon har ført til at forskning på maktforhold, påvirkning og effekt har vært særlig relevant med henhold til publikums begrensede muligheter på resepsjonssiden. Kritisk teori med Frankfurterskolen i spissen har vært særlig toneangivende når det gjelder massemediens, eller kulturindustriens, makt til å påvirke. I følge Adorno og Horkheimer (1997) virker massemediene fordummende. Kulturindustriens skjematisk bruk av medieformater rettet mot massen gjør at alle mediene produserer og reproducerer den samme ”oppskriften”. Dermed blir medieinnholdet standardisert og simplificert for å passe et bredest mulig publikum. Fransk sosial teori har i liket med Frankfurter skolen tradisjon for å betrakte mediens makt og effekt fra et kritisk ståsted. For Baudrillard (1983) er det ikke bare snakk om at mediene påvirker bestemte handlingsmønstre, men at mediene (fjernsynet) fundamentalt forandrer samfunnet og menneskers virkelighetsoppfatning. I følge Baudrillard lever vi ikke lenger i en virkelighet men i en simulasjon av virkeligheten (ibid.).

Der de tyske og franske intellektuelle tradisjonene kjennetegnes av deres kritiske tilnærming til mediene, posisjonerer britisk kulturteori seg på den positive enden av skalaen. *Cultural studies*-tradisjonen, som den gjerne kalles, har lagt vekt på publikums aktive rolle i fortolkningen av medieinnholdet. Det er med den britiske tradisjonen at påvirkning og maktforholdene utfordres ved at publikum tilskrives en deltakende og engasjert rolle, framfor den noe mer passive rollen som forbrukere. I følge Fiske (1987) bør ikke fjernsyn ses på som en vare, men som et potensial for meningsdannelse. Det er publikum som produserer ”teksten” eller meningene, mens industrien kun produserer programmet. Resepsjon blir dermed en praksis som kjennetegnes ved den aktive deltagelsen. Å være publikum, å lese en fjernsynstekst blir dermed i følge Fiske en aktiv handling per definisjon.

4.3 Medie(for)bruk og politisk/samfunnsengasjement

Prinsippet om positiv og negativ påvirkning har også langt på vei blitt operasjonalisert når det gjelder medieeffektsforskning på politikk og samfunnsengasjement. På den ene siden ser forskningen på medieforbruk som en viktig årsak til det antatte nedadgående politiske og

samfunnsengasjementet. I følge Putnam (2000) er det høye fjernsynsforbruket en betydelig årsak til minskende sosial kapital og samfunnsengasjement blant folk (Sonia Livingstone & Markham, 2008). Forestillingen om at høy sosial kapital er positivt assosiert med høyere politisk og samfunnsdeltakelse har fått en sentral plass innen samfunnsforskning på dette område. I følge Putnams analyser er det nettverk og gjensidig tillit som er avgjørende for et velfungerende demokrati (Rogstad, 2007). Videre hevder Capella og Jameson at mediene distraherer folk med underholdning og holder dem til hjemmene sine i stedet for at folk kommer seg ut i samfunnet og deltar (Rogstad, 2007). En slik argumentasjon har tydelige likehetstrekk med teoriene til frankfurter skolen.

Distraksjon spiller da også en viktig rolle i Habermas teorier om massemedienes rolle i det han kaller for den strukturelle forandringen av den offentlige sfæren, eller reføydalisering. I følge denne tesen er ikke offentligheten lenger preget av den rasjonelle diskusjonen, men "overtatt" av massemedienes propagandistiske fremstillingsmåte, der staten bruker massemediene strategisk for å sikre folks godvilje. Massemediene i egenskap av å fungere som de politiske institusjoners, reklamens og markedsførernes talerør svekker borgernes innflytelse over offentligheten. I dag virker Habermas' argumenter om reføydaliseringen av offentligheten og massemedienes rolle noe problematisk med henhold til mye av forskningen som vokste fram i Storbritannia på 1980 tallet. Folk mottar ikke bare passivt et budskap, men er aktive i fortolkningen av den. Samtidig er man i dag omgitt av mer reklame og markedsføring enn noensinne, noe som samtidig aktualiserer Habermas argumenter om kommersialiseringen av offentligheten på tross av teoriens noe skjeve framstilling og sterke tiltro til attenhundretallets rasjonelle offentlighet. Argumentene i det negative perspektivet på forholdet mellom mediebruk og politisk engasjement har tradisjonelt hatt en sterk posisjon både innen europeisk sosialfilosofi og amerikansk politisk teori, fra Adorno og mediens fordummende egenskaper til Putnams svekkelse av sosial kapital.

På den andre siden ser forskningen på mediene som tilretteleggende og fremmende i forhold til politisk og samfunnsengasjement. Mediene er fremdeles den viktigste informasjonskilden når det gjelder nyheter og annen informasjon som er nødvendig for at en opplyst offentlighet kan fatte politiske og samfunnsmessige beslutninger. Graber argumenterer for at mediene gjennom å stille informasjon til rådighet for en offentlighet spiller en avgjørende rolle i å koble folks hverdagsliv sammen med politisk og samfunnsmessig engasjement (Sonia Livingstone & Markham, 2008). Denne siden av diskursen har sett på mediebruk som stimulerende framfor demobiliserende ettersom den nye medievirkeligheten kan sies å ha ført til økt kognitiv mobilisering, noe som igjen tenkes å øke den politiske mobiliseringen (Aalberg, 2004).

4.4 Internett og politisk/samfunnsengasjement

Mens massemedienes enveiskommunikasjon har gjort det lettere for å trekke forskningsmessige konklusjoner om den negative effekten mediene har på folks deltakelse og engasjement, gir Internettets kommunikasjonsmodell mer rom for forskningsmessige konklusjoner om gjensidige påvirkningsforhold. Dette er også noe av det Brandtzæg og Lüders peker på når de beskriver optimismen som fulgte utviklingen av nettmediet: "Der massemediene tidligere nærmest har hatt monopol på å sette dagsorden og premissene for den offentlige debatten, er håpet at nettmedier åpner opp for medborgernes egne initiativer og erfaringer" (2008). Mye tyder på at de negative årsakssammenhengene i tidligere medieforskning har måttet vike noe til fordel for mer optimistiske visjoner om nettets potensial for politisk engasjement og deltakelse, i sær blant de unge.

Nettets demokratiserende muligheter er noe Yochai Benkler argumenterer for i boka *The Wealth of the Network*. I følge Benkler (2006) har en ny produksjonsvirksomhet skapt det han

kaller for ”den nettverksbaserte informasjonsøkonomien”, der vanlige folk har fått muligheten til å produsere og distribuere informasjon. Den nettverksbaserte informasjonsøkonomien gjør det lettere å skape relasjoner tuftet på samarbeid, men også etableringen av en ny folkelig kultur hvor flere folk aktivt deltar i å skape deres egne kulturelle spor (2006). Benkler hevder at det til syvende og sist er de reduserte kostnadene forbundet med det å bli en taler på nettet, og kunne bidra med sin stemme, som virkelig har demokratisert offentligheten (2006). Framveksten av de sosiale mediene og den økende oppslutningen rundt disse, har skapt forventninger om virkninger på politiske og samfunnsmessig deltakelse (Brandtzæg & Lüders, 2008). Samtidig advarer Boyd (2008) mot en slikt teknologisk deterministisk holdning; for altfor stor tro på at teknologiske strukturer påvirker praksis

I følge en omfattende studie gjennomført av Pew Internet & American Life Project om ungdom og teknologi bruker flere og flere unge internett for å søke opp nyheter og informasjon, også i stor grad for politiske nyheter (Lenhart, Madden, & Hitlin, 2005). Pasek et al. (2006) rapporterer lignende funn, der informasjonsinnhenting på nettet er positivt assosiert til deltakelse i frivillige organisasjoner; videre viser de til at Internett bidrar mer enn andre medier til å øke samfunnsdeltakelse og politisk interesse blant unge (Bachen et al., 2008). I følge Collin (2008) gjør Internet det generelt lettere å delta, terskelen blir lavere og man kan i større grad engasjere seg i mer spontane aktiviteter enn tidligere. Mange studier viser at internett har en positiv innvirkning på folks deltakelse og engasjement når folk allerede er politisk aktive fra før (Kavanaugh, Joon Kim, Perez-Quinones, Schmitz, & Isenhour, 2008); hvordan internett kan virke mobiliserende på politisk passive er derimot noe mer uklart.

En annen studie gjennomført av Pew i forkant av det amerikanske valget 2008 viser at hele 46 prosent av den amerikanske befolkningen har brukt internett, email eller mobil telefonen til å søke etter nyheter om presidentvalgkampen, dele meninger og holdninger, og mobilisere andre. Rapportene om at valgdeltakelse er synkende og at interessen for politikk er minskende bekreftes ikke ved å se på det amerikanske valget høsten 2008, tvert i mot. Pew-studien viser blant annet til endringer i mediebruk; hele 35 prosent av amerikanerne har sett på en video på nettet knyttet til valgkampen, og 39 prosent har brukt nettet til å lese politiske primærdokumenter. Den deltakende internettkulturen gjennom bruken av web 2.0 tjenester har økt under 2008 valgkampen, blant annet har 14 prosent av alle internettbrukere videresendt eller kommentert politisk informasjon de har funnet på nettet, og brukt nettsamfunn som Facebook til politiske aktiviteter (Smith, 2008). Nettsamfunn har spilt en særlig viktig rolle i de unges engasjement med valgkampen; Pew rapporterer at over 50 prosent av de unge under 30 med en profil på et nettsamfunn har brukt denne til å finne eller dele informasjon om kandidatene og valgkampen (Smith, 2008). Det sosiale nettet har for alvor vist seg å være en viktig politisk kommunikasjonskanal i USA, Barack Obama har 139.000 som følger ham på Twitter, 3.2 millioner venner på Facebook (fem ganger fler enn McCain) og 949.000 venner på MySpace (over fire ganger flere enn McCain)³.

I følge en ny rapport av SINTEF, bruker 53 prosent av alle nettbrukere i Norge mellom 15 og 75 år nettsamfunn og 17 prosent av nettbefolkningen har regelmessig hentet offentlig informasjon i brukerskapte fora på internett (Brandtzæg & Lüders, 2008) Tendensen er at stadig flere anser nettsamfunn som viktige arenaer for å kunne ytre politiske standpunkter (ibid.) Selv om det eksisterer en stor tro på sosiale mediers og internettes positive virkning på folks deltakelse i offentligheten, advarer Boyd (2008) mot en blind tro på at teknologiske strukturer faktisk påvirker praksis. En slik teknologisk deterministisk holdning står i fare for å skjule mye av det som faktisk virker mindre positivt i forhold til våre handlinger og framstillingsmåter på nett. Boyd (2008) påpeker at man like godt kan lese praksiser på nettsamfunn som tegn på hvor selvsopptatte og statusdrevne vi som samfunnet er.

³ Skjekket den 18.november 2008

Ikke bare har bruken av sosiale medier fått en fremtredende rolle innen valgkamp, men spiller også i stigende grad en viktig rolle når det gjelder ulike former for politisk og sosial aktivisme, protestaksjoner, underskriftskampanjer, borgerjournalistikk osv. Et eksempel på online engasjement er krigen i Gaza som i skrivende stund pågår. Dagbladet rapporterer at "krigen på Gazastripen har skapt en ny nettkrig og kamp om hjerter og sinn" og at "tusener av internettaktivister jobber dag og natt for å påvirke hva vi skal lese om krigen"⁴. På Facebook har det blitt opprettet tallrike grupper med støtteerklæringer for både Palestinerne og Israel; den 6. største gruppen i antall medlemmer på verdensbasis er norsk og jobber fram mot å få den israelske ambassadøren utvist fra Norge, den har over 20.000 medlemmer⁵. Den største gruppen fungerer som en underskriftskampanje for Palestinere i Gaza og har ca. 270.000 medlemmer. Engasjementet på Facebook er tydelig merkbart, ikke bare de mange gruppene som har blitt opprettet og fått tilslutning i løpet av de siste dagene, men også informasjon om kommende arrangementer som lokale demonstrasjoner, protestaksjoner og fakkeltog har jevnlig blitt lagt ut⁶. En SMS sendt fra Gaza av den norske legen og aktivisten Mads Gilbert spredte seg veldig raskt blant den norske befolkningen, noe som har ført til mye mediedekning i ulike norske og internasjonale massemedier. Oppmerksomheten som de to norske legene har fått har også ført til opprettelsen av egne fansider for Mads Gilbert og Erik Fosse på Facebook. Mads Gilbert sin fanskare har doblet seg de siste 24 timene og teller for øyeblikket 7648 fans⁷, men også kommentarene på "veggen" hans har fordoblet seg i samme tidsrom. Kommentarene vitner om den enorme heltestatusen de to legene har fått: "To hederspersoner hvis uselviske arbeid og engasjement løfter dem opp på nivå med Gandhi og Martin Luther King!", "Ta nobels fredspris fra Shimon Perez, vask den og gi den til Gilbert og Fosse" og "Da jeg var liten ville jeg være supermann, men når jeg blir stor vil jeg bli som Mads Gilbert!". Gaza konflikten vekker sterke følelser, medfølelse og engasjement, noe som spesielt kommer til uttrykk gjennom vanlig folks deltakelse på nettet - gjennom de mange støtteerklæringene, kommentarene, medlemskapene i grupper og diskusjonsfora.

Også andre sosiale medier har spilt en viktig rolle under den pågående konflikten. Israels militære tok for eksempel i bruk YouTube for å forklare invasjonen på Gaza, organisasjonen Free-Gaza laster opp bilder på Flickr, protestaksjoner med støtte til Palestinerne har blitt arrangert på Second Life og det kommer flere nye meldinger eller "tweets" i sekundet på micro-blogging tjenesten Twitter om man søker på "Gaza" i "Twittersearch"⁸. I løpet av 1 minutt, mellom kl 13:30 og 13:31 ble det lagt ut 20 nye meldinger fra ulike personer eller organisasjoner som inneholdt ordet Gaza. I løpet av en 15 minutters periode mellom 13:33 og 13:48 ble det lagt ut over 130 nye meldinger på Twitter som omtalte Gaza konflikten på en eller annen måte. Det ligger altså noe i det som stadig flere internasjonale og nasjonale aviser for tiden påpeker, nemlig at nettsamfunnene og lignende sosiale medier har blitt den nye slagmarken⁹.

Det dette viser er at samfunnsengasjement og politisk handling er det mye av på nettet – og det er i stor grad ungdom som drifter denne typen aktivitet. En vesentlig årsak til at så mye engasjement finner sted på nettet er uten tvil at terskelen for å bidra er så lav, og at når poli-

⁴ Dagbladet.no den 5.januar 2009

⁵ Per 7.januar 2009

⁶ For eksempel arrangementet "La Gaza leve! Demonstrasjon lørdag 10.jan. kl 14." eller "Våpenhvile nå! Fakkeltog for fred".

⁷ Per kl 13:00 den 7.januar 2009. Ca. 3500 fans på samme tidspunkt den 6.januar 2009.

⁸ <http://search.twitter.com> søkemotoren som søker i meldingene som legges ut på Twitter.

⁹ Blant annet The Independent, 2.januar 2009, <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/features/social-networking-sites-enter-gaza-conflict-1222143.html>

Die Zeit, 5.januar 2009, <http://www.zeit.de/online/2009/02/gaza-im-netz>

Dagbladet, 5.januar 2009

http://www.dagbladet.no/2009/01/05/nyheter/krigen_i_gaza/hamas/utenriks/israel/4256630

tisk aktivisme finner sted på steder som Facebook så er det å være engasjert på slike felt en del av det å tilhøre et virtuelt fellesskap. Det kan riktignok hevdes at den lave terskelen og det kakofoni av stemmer på nettet gjør *effektene* av slikt engasjement små (Isachsen, 2008). Men da glemmer en to ting. For det første er nettaktivisme ikke et isolert felt, men samspiller med ikke-virtuelle rom på måter som kan virke gjensidig forsterkende. Det forventes at demonstrasjonen for våpenhvile i Gaza vil være en av de største politiske markeringene som har funnet sted i Norge. Uten internett ville en slik mobilisering ikke vært mulig og det er rimelig å anta at for dem som via nett-engasjement blir med i demonstrasjoner så vil internett-plattformer oppleves ikke som noe adskilt, men som en del av et større, mer sammensatt politisk engasjement. På den måten må en også anta at aksjonsorientert, internettbasert politisk engasjement kan fungere som inngangsport for engasjement også utenfor nettet. For det andre er den store aktiviteten på nettet også noe politikere legger merke til og ønsker å knytte seg til på måter som kan være fordelaktig for dem selv og deres partier. Dette er tema for neste kapittel.

5 Norske politikeres tilstedeværelse på internett

De siste årene har norske politikere i stadig større grad brukt internett til å nå ut til befolkningen. SVs leder Kristin Halvorsen var for eksempel den første norske partilederen som opprettet egen blogg i 2004¹⁰ (Krogstad, 2007). Høsten 2008 opprettet nåværende statsminister Jens Stoltenberg sin egen profil på nettsamfunnet Facebook¹¹. Begge disse begivenhetene ble mye omtalt i mediene. Det er først og fremst i forbindelse med stortingsvalget i 2009 at politikere har fått øyne opp for internett, og særlig sosiale mediers betydning. I følge Karlsen (2007) viste norske partier veldig lite interesse for internett under valgkampen i 2001 men rapporterte samtidig om store forhåpninger når det gjaldt nettets fremtidige potensial. Internett spilte en mye viktigere rolle under valget i 2005. Alle partiene hadde nettsider, SV sendte blant annet ut 35 000 e-post til velgere under 30 år fredagen før valget og Ap hadde elektroniske brev man kunne abonnere på (Karlsen, 2007).

I forkant av det forestående valget i 2009 virker tendensen klar; de største norske partiene er klar over internetts betydning i folks hverdagsliv. Aps beskjed til sine politikere er klar¹²:

”Når 7 av 10 bruker internett daglig, og sosiale medier blir en stadig viktigere del av folks hverdag er det viktig at flere Ap-politikere deltar i diskusjonen på internett og i de ulike nettsamfunnene”

Ap-politiker Helga Pedersen fremhever i beskjeden til sine kollegaer på Aps nettsider at det viktige er å komme i dialog med velgerne, og at målsetningen er å være det fremste partiet på internett. Gjennom en liten manual for hvordan man kan delta forklarer hun blant annet hvorfor det er viktig å delta i et nettsamfunn, hvordan man skal oppføre seg og hvilke nettsamfunn man bør velge; blant annet nevnes Facebook, VG-blogg og Twitter. Disse plattformene har også blitt tatt i bruk av mange av de andre partiene.

Høyre gjør det i likhet med Ap tydelig i hvilket lys de ser de sosiale mediene. På nettsidene til Høyre kan man lese at¹³:

”Internett vil bli en sentral del av valgkampen i 2009. Sosiale medier som Facebook, Youtube og Flickr vil være sentrale kommunikasjonsverktøy for Høyre”.

Både Høyre og Ap har en liste over bloggere på deres nettsider; henholdsvis kalt blå-bloggere og rødbloggere. VG-blogg er en av de ledende arenaene for norske politiske bloggere, noe som trolig skyldes at de var tidlig ute med å mobilisere og tilrettelegge for systematisk blogging fra alle partier via én side. I forbindelse med lokalvalgkampen 2007 hadde alle norske partiledere en blogg på VG-blogg over en kort periode rett før valget; alle unntatt Venstres

¹⁰ Bloggen en del av hjemmesiden www.svkristin.no, og ble opprettholdt i ujevne mellomrom fra oppstarten 26 oktober 2004 til den ble lagt ned juni 2005.

¹¹ <http://www.facebook.com/pages/Jens-Stoltenberg/21646763580>

¹² <http://www.dna.no/dna.no/Nyhetsarkiv/Web-og-sosiale-medier/Helga-Pedersen-Delta-i-nettsamfunn-du-ogsaa!>

Lest 8/12/2008

¹³ <http://www.hoyre.no/artikler/2008/11/1226666521.79>. Lest 9/12/2008.

leder Lars Sponheim la ned bloggen rett etter at valgkampen var ferdig. VG Nett oppfordret også samtlige kommuner i Norge til å opprette sin egen blogg på VG-Nett¹⁴, noe mange også gjorde. Selv om de aller fleste partilederne kun blogget på VG-blogg i de to sommermånedene rett før valget i 2007, har de fleste av partiene i større eller mindre grad fortsatt med å bruke de sosiale mediene. I stedet for partileder er det nå Aps nestleder Helga Pedersen som blogger på VG-Nett, mens partilederen har ”hoppet” over til Facebook. Ap har nylig også opprettet en egen blogg under navnet *Internetpartiet*¹⁵, der de ønsker seg innspill og ideer til deres nettstrategi for valgkampen til neste år. Høyres Erna Solberg er den eneste av partilederne som med jevne mellomrom har blogget over lengre tid, allerede siden juni 2006¹⁶.

Nettsamfunnet Facebook tok for alvor av i Norge våren 2007, og er i dag det mest brukte nettsamfunnet. Norge ligger i europatoppen i bruken av Facebook med 1.3 millioner brukere. Den eksplosjonsaktige veksten kom overraskende på politikerne og utløste en debatt om hvorvidt og i hvilken grad norske politikere og partier burde ta i bruk nettsamfunn som kommunikasjonskanal. Tendensen viser at politikerne stort sett er enige om at det er viktig å være til stede på nettsamfunn som Facebook, samtidig som praksisen viser at politikere ikke tar i bruk nettsamfunn i like stor grad som man har gjort med for eksempel blogging. Mange av de største norske partiene har nå egne offisielle grupper på Facebook; enkelte politikere har også opprettet en egen personlig profil på nettsamfunnet, der i blant statsminister Jens Stoltenberg. Flertallet av partiledere har derimot ikke enda opprettet egne Facebook-profiler. I større grad er det lokalpolitikere og fylkesavdelingene til partiene som er representerte på Facebook.

Microbloggingtjenesten Twitter er en annen nettverkstjeneste på nettet som begynner å bli tatt i bruk; både Høyre og Arbeiderpartiet har en twitterside. Selv om Twitter viste seg å være en svært populær kommunikasjonskanal under den amerikanske presidentvalget i høst, er det en relativt marginal og lite brukt tjeneste i norsk sammenheng. Mens Ap har 85 brukere som følger partiet på Twitter, er det kun 35 brukere som følger Høyre.

5.1 Kristin Halvorsens blogg

Høsten 2004 opprettet SVs partileder Kristin Halvorsen en blogg på hjemmesiden hennes www.svkristin.no i forbindelse med en boklanseringen *Rett fra Hjertet*. I følge Krogstad (2007) var Halvorsens blogg særlig inspirert av den amerikanske preidentvalgkampen 2004, som førte blogging ut av mørket og inn i den store medie verden. Blogginleggene var hyppige de første to månedene men dalte kraftig etter det; bloggen ble lagt ned drøye 8 måneder etter at den hadde blitt opprettet. I følge Krogstad kunne det virke som om Halvorsen ble overrasket over folkeligheten og selveksponeringen blant nettkommentatorene, til tross for å være den politikeren som for mange nettopp fremstår som folkelig. Halvorsen og partiet hadde ikke tatt innover seg at blogging ikke er *tradisjonell* kommunikasjon i *ny* form, men at selve kommunikasjonen er ny (Krogstad, 2007). Videre poengterer Krogstad at det er stor forskjell på å snakke til folk, slik Halvorsen gjorde i boka, og å snakke med folk, slik nettet åpnet for. Mye av det som gikk galt i følge Krogstad var Halvorsens uvitenhet i forhold til hva det vil si å faktisk blogge. Halvorsen fikk massiv kjeft for de stadig større hullene mellom innleggene, ”man skal ha skrivekløe og spesiell interesse for å oppdatere en blogg over tid” som en av gjengangerne på Halvorsens blogg hevder (Krogstad, 2007).

¹⁴ <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/valg-2007/artikkel.php?artid=194804>. Lest 9/12/2008

¹⁵ <http://arbeiderpartiet.wordpress.com>. Opprettet november 2008. Lest 9/12/2008

¹⁶ Erna Solberg blogger en gang i måneden på nettstedet NA24, næringslivsavisen på nettet. <http://ernasolberg.nettblogg.no> Lest 9/12/2008.

5.2 Jens Stoltenberg på Facebook

Nåværende statsminister Jens Stoltenberg opprettet en profil på Facebook den 15. august 2008. Per i dag har han 12.265 venner¹⁷. Det har vært mye mediedekning i forbindelse med nettsamfunnstilværelsen til Stoltenberg, både før han opprettet en profil og etter at den var opprettet. Tendensen er at eksperter (blant annet medievitere, statsvitere, PR bransjen) synes det både er nødvendig og lurt av Stoltenberg å ta i bruk de sosiale mediene, mens kommentarer i nettavisenes debattfora vitner om en langt mer skeptisk holdning.

Våre undersøkelser, som ble gjennomført en måned etter Stoltenbergs profilopprettelse, viser at ungdommene er noe ambivalente i forhold til å ha statsministeren på Facebook. På den ene siden er flere av ungdommene skeptiske; en utbredt holdning er at Stoltenberg kun er ”ute etter å sanke stemmer”. Som en av deltakerne sier:

”Det er ganske tydelig at det kun er for å sanke stemmer. Han aksepterer sikkert alle som venner i tillegg”

At Stoltenberg ”aksepterer sikkert alle som venner” viser til helt spesifikke koder for sosial omgang på nettsamfunn. Det at han har over 13.000 venner eller ”supportere” som de kalles i dette tilfelle betyr ikke så mye, det vil si at det ikke tolkes som representativt for hvordan den virkelige verden er. Profilen fremstår dermed mer som en supporterside enn vennside, og i tillegg mer som en presentasjon av arbeiderpartiet enn av en enkeltperson. Dermed bryter profilen til Stoltenberg med det som er vanlig for presentasjoner på nettsamfunn og kan tolkes dit hen at statsministeren ikke forstår meningen med en Facebook profil. I tillegg ytrer ungdommene seg skeptisk til hvem det er som faktisk svarer på kommentarene og innleggene på Stoltenbergs profil, ”det kan være hans sekretær eller noen andre”, og ”det kan ta flere døgn før han svarer”. Det er tydelig at ungdommene har klare oppfatninger av hvordan man bør oppføre seg i et nettsamfunn og hva kodene som eksisterer innenfor samfunnet går ut på; dersom politikken inntar nettsamfunnsarenaen tyder ungdommenes reaksjoner på at det er politikken som må tilpasse seg kulturen på nettet og ikke omvendt.

På den andre siden tolker mange av de intervjuede ungdommene Stoltenbergs tilstedeværelse på nettsamfunnsarenaen som et tegn på at han prøver å nærme seg den yngre delen av befolkningen. De ser det positive i at politikken gjøres mer ”folkelig” og mer tilgjengelig.

”Han prøver å vise at han er menneske. Ikke bare politikk”

”Når han først kom på Facebook så blir det (politikken) litt lettere tilgjengelig”

For ungdommen er det lettere å finne informasjon på de stedene de allerede er, som på Facebook. Terskelen blir mindre og man kan titte innom profilen dersom man lurer på noe, istedenfor å måtte søke aktivt etter og lese partiprogrammer. Foreløpig er det særlig Ap og Høyre som viser en tydelig posisjon i forhold til de sosiale mediene. Det er forholdsvis enkelt å finne informasjon om partienes tilstedeværelse i nettsamfunn, ettersom både Ap og Høyre har tydelige linker til disse via hjemmesidene deres.

Fokusgruppedeltakerne hadde en delt oppfatning av hvorvidt Facebook kunne tjene som en rekrutteringskanal for nye velgere:

”Hvis du først blir venn med han så tror jeg du allerede er ganske interessert i politikk ja”

”Jeg tror Facebook kan være en kanal so man da kan rekruttere ubevisste velgere da”

¹⁷ 18.november 2008.

5.3 Valg 2.0

I en serie artikler om bruken av internett i politikken på nettstedet *digi.no*, fremhever Nikki Schei i en kronikk at det ikke spiller en rolle om man er tilstede på Facebook, hvis man ikke har noe å si. Budskapet må komme før formen. Det holder ikke å plassere en politiker på nettsamfunn eller i en blogg og dermed tro at jobben er gjort. Nettkommunikasjon krever innsats og investering av tid og krefter; jevnlig oppdateringer, tilbakemeldinger på kommentarer, åpenhet, kontinuitet og autensitet. Problemet er bare at politikere ofte kun bruker de sosiale mediene under en valgkamp og ikke ellers. Den kollektive partilederbloggingen i forkant av lokalvalget i 2007 er et godt eksempel på dette, men også Barack Obama sluttet å oppdatere meldinger på Twitter med en gang valgseieren var et faktum. Da er det vanskelig å etterfølge mange av de sentrale kravene til nettkommunikasjon. Det kan virke som om de sosiale mediene av mange politikere ses på som lettvinne kommunikasjonsløsninger, som samtidig har den positive effekten av å kunne sende ut signaler om åpenhet, ungdommelighet og villighet til å komme i dialog med velgerne. Men det gjelder også å forstå hvordan nettet fungerer, og å forstå at mye av det som skjer i de sosiale mediene handler om delingskultur, deltakelse og fankultur. Det handler derfor ikke bare om å ta de sosiale mediene i bruk, men om å ta de i bruk på den *riktige* måten. Men dette er trolig ikke først og fremst et spørsmål om å forstå hvilke koder som gjelder i slike kommunikasjonsfora – misforholdet mellom den folkelige deltakerformen og politikernes distanse til de de kommuniserer med er kanskje vel så mye et spørsmål om toppolitikeres behov for å holde en avstand. En ting er at en rett og slett ikke kan håndtere 13000 venner på den måten det forventes at en skal gjøre det, en annen er at moderne politikk er vel så mye en måte å ekskludere andre fra viktige fora (Helle-Valle, 2002), og ha tid til å gjøre det som følger med jobben som toppolitiker. Utfordringen ligger med andre ord i å fremstå som folkelig og samtidig være skjermet. Denne utfordringen er større og mer akutt i interaktive, digitale medier enn i konvensjonelle fora.

Sjangerbegrepet kan således sies å være en viktig dimensjon når det gjelder den ”riktige” måten å bruke medier på. Sjanger handler om konvensjonelle måter å kommunisere på, som for eksempel hverdagslig *small-talk*, politiske debatter, forelesninger eller *blondinevitser* (Lüders, Prøitz, & Rasmussen, u.å) Som leddet mellom mediet og teksten fungerer sjangerbegrepet stabiliserende og gjenkjennende på kommunikasjon som gjensidig betinget av konvensjoner og forventninger (ibid.). Måten man kommuniserer på nettsamfunn er dermed både betinget av konvensjoner og forventninger til slik kommunikasjon, men virker også som betingende på disse dimensjonene. Politikere på nettsamfunn er et relativt nytt fenomen i Norge og kan dermed sies å være midt inne i prosessen om å tilpasse seg sjangerkonvensjonene og forventningene som stilles i forhold til kommunikasjonsmåten. Når det gjelder blogging kan det argumenteres for at politiker-bloggen utgjør en egen sjanger og dermed ikke nødvendigvis trenger å følge forventninger som stilles til annen type blogging. Kanskje det er slik at den riktige måten å blogge på for politikere vil støtte seg på andre konvensjoner enn de som har blitt nevnt ovenfor dersom politiker-bloggen utvikler seg og sedimenterer seg med tiden.

Foreløpig er det slik at politisk bruk av de sosiale mediene er betinget av måten disse er blitt tatt i bruk på av andre aktører og dermed først og fremst retter seg etter allerede eksisterende konvensjoner og forventninger om bruken av disse. Imidlertid har de ulike partiene ulik oppfatning av hvor konvensjonelle ulike måter å kommunisere på nettet faktisk er, i betydning av hvor utbredt og vanlig det er. Mens partier som Ap, Høyre og Venstre ser nettkommunikasjon via sosiale medier som veldig viktig¹⁸, ser Frp og KrF en slik måte å kommunisere på som mindre viktig. Det er altså ikke slik at alle norske partier faktisk bruker nettet aktivt for å kommunisere med sine velgere, og enda færre har aktivt begynt å bruke sosiale medier. Frp

¹⁸ Alle disse partiene har synliggjort deres tilstedeværelse i ulike sosiale medier som nettsamfunn eller blogger som linker på partiens hjemmesider. Både Høyre og Ap har dessuten tydelig uttalt at de betrakter disse medieplattformene som veldig viktige kommunikasjonsmidler framover.

og KrF har i liten grad synliggjort seg selv i nettsamfunn eller på blogger, noe som trolig henger sammen med at det ikke er medieplattformer som umiddelbart kan knyttes til deres respektive velgergrupper. Særlig er det mange eldre som ikke er på nett i det hele tatt. Et debattinnlegg i Aftenposten påpeker at det er 600 000 voksne mennesker i Norge som ikke er på nett, og at dette er problematisk ettersom den demokratiske samtalen i stadig større grad foregår på internett¹⁹. Det at så mange politikere har begynt å ta i bruk de sosiale mediene gjør at de er med på å definere nettet som en legitim politisk arena. Når Stoltenberg eller andre partiledere går på Facebook eller YouTube definerer de dermed nettet som den "nye" politiske arenaen, som stedet der samtalen skal føres. Hele diskursen rundt politikk og sosiale medier og internett generelt er med på å forsterke den yngre generasjonens betydning i forhold til politikken, mens de eldre både implisitt og eksplisitt på mange måter utdefineres eller fremmedgjøres i forhold til den politikken og det deltakende demokratiet. Skal politikk på nettet være demokratisk må også de som ikke er på internett inkluderes; ikke kun når det gjelder tilgang og bruken av nettet men også i forhold til å oppnå en bedre forståelse av sjangerkonvensjonene og utvikling av ulike former for nett og datakompetanse.

¹⁹ <http://www.aftenposten.no/meninger/debatt/article2634386.ece>

6 Ungdom er politisk engasjerte

Motivasjonsfaktorer for å delta i samfunnslivet er mangfoldige. Man kan delta av mange ulike grunner som i følge Delli Carpini (2000) blant annet inkluderer: pliktfølelse, for tilfredsstillelsen av å jobbe med andre mot å nå et felles mål, fordi man har identifisert et offentlig problem som har en effekt på en selv eller noen som står en nær, eller av troen på at det man gjør vil gjøre en forskjell (Delli Carpini, 2000). I følge Kavanaugh et al. (2008) er det ofte slik at de som er politisk mindre aktive typisk involverer seg når det handler om saker som angår dem eller nabolaget direkte. Delli Carpini fremhever dessuten at det ikke er motivasjon alene som sikrer deltakelse, men også *muligheten* til å delta og en evne til å kjenne igjen og gripe en mulighet når den oppstår.

6.1 Troen på innflytelse som viktig motivasjonsfaktor for deltakelse

Troen på at man vil kunne gjøre en forskjell eller at man blir hørt er også noe ungdommene trekker frem som viktige faktorer for samfunnsmessig og politisk engasjement. På spørsmål om ungdommene føler at de blir hørt virker det som om de har liten tro på at den enkeltes stemme virkelig teller, men at om man er mange nok så vil man bli hørt.

”Hvis du skal ha noe gjennom så må du pushe, dirke, ringe, dytte, du må gjøre alt du kan og du trenger hjelp fra tonnevis med mennesker”

”Hvis man er ungdom må man være mange i forhold til å bli hørt”

I følge Livingstone og Markham (2008) er det usannsynlig at folk foretar seg noe med mindre de tror de kan ”gjøre en forskjell”. Artikkelforfatterne viser til en studie gjennomført i Storbritannia der 67 prosent sier seg enig med utsagnet om at ’jeg ønsker å ha en innflytelse på hvordan landet blir styrt’ mens det bare er 27 prosent som sier seg enig i utsagnet ’du har en innflytelse på hvordan landet blir styrt’. Om ungdom ikke tror at de virkelig kan få utrettet noe eller at deres stemme teller virker det demotiverende på det politiske engasjementet.

En av fokusgruppedeltakerne påpekte at partiene kanskje var for dårlige til å synliggjøre at valgstemmer faktisk teller. En annen deltaker uttrykte sin følelse av avmakt slik:

”Jeg føler liksom ikke at min stemme gjorde noe utslag [...] jeg tenker at min stemme har ingenting å si”

Politikken bør derfor ikke bare bekymre seg for nedadgående valgdeltakelse blant de unge, men også hvordan de kan synliggjøre relevansen for stemmegivning. Ungdom må gjøres oppmerksomme på *hvorfor* det er viktig og ikke bare at det er viktig. Det er lett å tenke at ”ting ordner seg uansett”, eller la noen andre ”gjøre det” for en om man ikke ser noen særlig konsekvenser av å la være å stemme.

Delli Carpini (2000) peker på muligheten til å delta på en meningsfull måte som en faktor som er avgjørende for troen på innflytelse. Det blir dermed ikke bare spørsmål om hva borgeren kan gjøre for staten, men også hva staten kan gjøre for at borgeren ser det som meningsfullt å delta, for å omformulere litt på president Kennedys velkjente formulering. I følge Delli Carpini ligger noe av problemet i det at partier ser liten grunn til å bruke ressurser på å nå ut til ungdommen ettersom det er mindre sannsynlig at denne kohorten gir sin stemme ved valg. Videre hevder Delli Carpini at politikerne ikke opplever at de trenger å høre på hva de unge har å si, vel vitende om at det ikke kommer til å gi noen negative utslag på meningsmålinger (2000). Fokusgruppedeltakerne opplever dette som dobbelmoral fra politikerens side:

”Det er liksom slik at du blir oppfordret til å si meningen din, men det er ingen som hører på den”

”Du kan godt si meningene dine, men det er ingen som gjør noe med det. Det er ingen som tar det opp for du er bare ungdom uten myndighet”

6.2 Tillit

Undersøkelsene til Livingstone og Markham (2008) på forholdet mellom medieforbruk og samfunnsdeltakelse viser blant annet at tillit spiller en viktig rolle i forhold til motivasjon for deltakelse; større tillit er positivt assosiert med valgdeltakelse mens det er negativt assosiert med sannsynligheten for å delta i politiske aktiviteter ettersom mangel på tillit ofte kan virke motiverende på å få utrettet noe, å gjøre en forskjell. Fokusgruppeintervjuene viser at tillit til at Norge er et trygt og godt land å bo i gjør at konsekvensene av å være politisk engasjement oppleves som mindre synlig. Når alt er bra i utgangspunktet finnes det ingen brennende grunn til å demonstrere eller delta i politiske aktiviteter. Til forskjell fra Livingstone og Markhams funn om tillit og valgdeltakelse, kan det også hevdes at for mye tillit til at alt fungerer som det skal kan ha en negativ effekt på valgdeltakelse, noe en av deltakerne i fokusgruppene fremhever:

”Det er jo noen som mener at det ikke er så veldig vits å stemme for vi har det ganske greit liksom”

Deltakerne i fokusgruppene beskriver dessuten de ulike partiene som relativt like seg i mellom; at det egentlig ikke finnes noen radikale forskjeller mellom de ulike regjeringene fordi regjeringene som oftest er koalisjonsregjeringer og ikke egentlig skiller seg fra tidligere regjeringer. Som en deltaker sier:

”Det er ikke sånn at det skjer så drastiske forandringer[...]Forandringene er så små at jeg tror nesten hvem som helst [...] i og med at vi ofte har koalisjoner [...] at det nesten blir mainstream uansett hvilket parti som sitter med makten”

Norge oppleves som et stabilt og rikt land å bo i. Tillit til landets stabile tilstand som illustrert gjennom utsagnet ovenfor, kan derfor peke mot en slags likegyldighet. Om man legger til grunn et syn på likegyldighet, og ikke sinne, som det motsatte av lidenskap kan en slik følelse ses på som handlingslammende framfor fremmende. Dersom ingenting substansielt forandrer seg uansett, må man spørre seg om hvorfor ungdommen (og resten av befolkningen) egentlig burde bry seg?

6.3 Interesse for enkeltsaker fremfor en politisk pakke

I følge Bennett (2008) har definisjonene på hva som kjennetegner en god samfunnsborger forandret seg i takt med samfunnet generelt. Dagens samfunn er i lagt større grad enn før preget av at borgerne selv er ansvarlige for å definere sin egen samfunnsrolle og identitet. Som følge av samfunnsmessige forandringer kan man snakke om at man har gått fra en *pliktfull* borger modell til en *virkeligjørende* borger modell, det vil si fra å se på sin rolle som definert ut i fra en plikt til å stemme osv. til en mer selektiv form for aktivisme som også reflekterer personlige verdier og holdninger (Bennett, 2008). Selv om det hersker større motstand til et plikttenkende i dag enn tidligere argumenterer Zackariasson (2008) for at plikt også i dag er et viktig element i politisk deltakelse. Borgerrollen innebærer i følge Zackariasson ikke bare rettigheter men også forpliktelser og det er fortsatt slik at det i et representativt demokrati forventes av borgerne å være aktive ved valg og gi sin stemme. Det er muligens i skjæringspunktet mellom tradisjonelle ideer slik de manifesterer seg i det representative demokratier og utviklingen av en mer virkeligjørende borger slik Bennett beskriver at de viktigste problemstillingene ligger. For på hvilke premisser er det stemmegivningen og det politiske valget baserer seg på? Er politiske pakkemeløsninger representativt for hvordan borgeren i dagens samfunn tenker omkring egne valg? Ungdommene i fokusgruppene gir uttrykk for at politiske valg i dag i større grad er preget av en interesse for enkeltsaker framfor å følge et partiprogram.

”[...] før var det veldig sånn at hvis faren min var med i AP så var du med i AP[...]men i dag er det mye mer at man shopper litt mer rundt da. Kanskje man ikke tar til takke med den pakken da [...]fordi man har blitt mer individualistiske. Velge selv.”

Utsagnet illustrerer noe av generasjonsforskjellene vi har vært inne på. I tråd med sosiale og kulturelle endringer i samfunnet har holdninger og praksiser i forhold til politikk forandret seg. Mens tradisjoner og fellesskapet kan hevdes å ha spilt en mye viktigere rolle i samfunnet tidligere, er det innovasjon og individet som står sterkest i dag. Slike tendenser ved samfunnet speiler seg naturligvis også i politiske valg og holdninger. Det er derfor problematisk å sammenligne eldre og yngre generasjoner med den samme målestokken. Måten man tenker omkring valg og hvor frie valgene folk står ovenfor framstår spiller en viktig rolle i diskusjonen omkring politisk engasjement og samfunnsinteresse. Ungdommene i denne undersøkelsen fremhever at det er viktig å velge selv og stiller seg skeptiske til organiserte helhetssyn slik det manifesterer seg i politiske partier. En av deltakerne eksemplifiserer:

”Jeg tror folk er politisk bevisste men det er ikke så mange partier å velge mellom så hvis du skal gi hele din stemme til ett parti så blir det ofte litt feil. Det er lettere å engasjere seg for enkeltsaker da.”

Hvordan vi velger og hva som konstituerer et valg er ikke lett å svare på. Trolig har selve valghandlingen og forståelsen for omstendighetene rundt valgtaking forandret seg meg de historiske, sosiale og kulturelle endringene som vi har vært inn på. I følge Delli Carpini har internett forandret folks tilgang til informasjon på en fundamental måte; informasjonsinnhenting går mye forttere, økt mengden av tilgjengelig informasjon betraktelig og bidratt til en fleksibilitet i forhold til når og hvor man ønsker å få tilgang til informasjon (Montgomery, 2008). Som en konsekvens av dette hevder Delli Carpini at internett har forandret et hvert fellesskap fra å være geografisk basert til å være interessebasert. Dette er spesielt interessant i diskusjonen rundt politisk engasjement og interesse. Ungdommenes sterke preferanse for enkeltsaker framfor partipolitiske pakker reflekterer måten de ellers i stor grad velger sosiale fellesskap på nettet basert på interesse; *Myspace* og *Last.fm* handler om musikk, *Amazon* om bøker, *Facebook* om venner osv. Samtidig som ny informasjons og kommunikasjonsteknologi kan sies å ha påvirket omstendighetene rundt valgsituasjonen er det vanskelig å trekke generaliserte slutninger om endringer i måten mennesker tar beslutninger på basert på historiske eller sosiale forhold.

På den ene siden er vi i dag omringet av et hav av valgmuligheter når det gjelder produkter og ting. Det har skjedd historiske endringer i antall produkter man kan velge mellom, med stadig flere merker og produkttyper tilgjengelig på markedet. Mange forskjellige valgmuligheter kan være befriende men også en plage. Et godt valg forutsetter at man tilegner seg informasjon om produktet og veier det opp mot andre alternativer, noe som tar tid og krefter. Ikke bare må man tilegne seg nødvendig informasjon, men man må også velge mellom ulike typer informasjon og kunne skille troverdig informasjon fra annen informasjon. På den andre siden er de antatte og mye omdiskuterte samfunnsendringer ikke alltid så store som man først tror. Selv om man har mange flere valgmuligheter i for eksempel matvarer, finnes det mye forskning som viser at man ikke nødvendigvis har endret matvanene sine i takt med tilbudet av flere produkter på markedet. Folk har fremdeles en tendens til å konsumere de samme varene; det går mye på vane, trygghet og tillit.

Når det gjelder politikken er det (heller) ikke alltid så mye som har forandret seg. Velgerne har ikke nødvendigvis flere valgmuligheter enn de hadde før; de politiske partiene er stort sett de samme som det alltid har vært. Dette kan både være en fordel og en ulempe i forhold til den politiske prosessen og valgsituasjonen. I en verden som er såpass kompleks, kan det argumenteres for at selv ikke partiene kan ha noen oversikt lenger og at dermed poenget med å stemme for representanter som skal ta beslutninger på folkets vegne mister noe av sitt eksistensgrunnlag. På den andre siden er det kanskje nettopp det at verden framstår som mer og mer kompleks at partiene er på sin plass; muligens har det aldri vært et så stort behov for at noen tar seg av de vanskelige valgene som i dag. Hvem sitt ansvar skal det være å rydde opp i klimakrisen? Er det opp til hver enkelt borger, eller er det representantenes ansvar? Det kan argumenteres for at politikken fungerer som et marked i den forstand av at borgeren ved å stemme "kjøper" seg ut av det endelige ansvaret. Stemmegivning som praksis kan altså betraktes som en tosidig aktivitet; man "gir en stemme", men samtidig fraskriver man seg et slags ansvar som også virker som en "kjøpt" frihet. Politikken blir dermed til syvende og sist ansvarsområdet; det man kan skyldes på dersom det skulle gå galt.

I artikkelen *Citizen, Consumers, and the Good Society* (2007), utfordrer Michael Schudson den utbredte dikotomien borger/forbruker der han argumenterer for at både forbruk kan ses på som politisk, men også at politiske aktiviteter kan være forbruksrelaterte. I følge Schudson er det viktig å ikke se på borgeren og forbrukeren som motsetninger men heller som en side av samme sak. Forbruksrelaterte og samfunnsrelaterte praksiser er dessuten i konstant utvikling og forandring, og kan ikke ses på som statiske størrelser. Forbruksrelaterte valg kan være politiske, for eksempel når man velger miljøvennlig eller "fair trade", og politiske valg kan følge en forbrukertankegang. Som Schudson eksemplifiserer: "Politikerne har for lengst akseptert at når velgerne går for å gi sin stemme at en av de viktigste tingene de gjør minner om en slags pris sammenlignings shopping" (2007). Et sentralt poeng i artikkelen er at egenskapene vi ofte forbinder med forbruk på den ene siden og politikk og samfunnsdeltakelse på den andre siden ikke er gjensidig utelukkende. Det er ikke slik at forbruk kun handler om å være selvsentrert mens politisk engasjement og deltakelse kun handler om å være orientert mot offentligheten og fellesskapet, men at slike egenskaper er aspekter ved dem begge. Dermed kan det hevdes at egeninteresse er politisk motiverende og mobiliserende. Dette kan være problematisk i forhold til ungdom som ikke har noen særlig egeninteresse av flere barnehageplasser eller høyere skatter. Som en av deltakerne presiserer:

"Noen saker opptar ungdommen og andre gjør det ikke"

6.4 Tradisjonell politikk appellerer ikke

Nedgang i valgdeltagelse betyr ikke nødvendigvis at ungdom har blitt mindre politisk engasjerte. Snarere kan det virke som den tradisjonelle politikken ikke har like mye appell i sin form i dag. Coleman med Rowe (2005) kommer med en lignende påstand når de i rapporten deres om demokrati og ungdoms bruk av internett konkluderer med at det ikke er ungdommen som er uengasjerte i politikk men at det er dagens politiske demokrati som har fjernet seg bort fra ungdommen. ”I en verden full av interaktiv kommunikasjonsteknologi fortsetter politikken den ustoppelige monologen”(Coleman & Rowe, 2005).

Det er ikke bare kommunikasjonsmønsteret den tradisjonelle politikken tar i bruk som oppleves som uengasjerende. Fokusgruppeintervjuene viser at ungdom synes det er tidskrevende å engasjere seg i politikk, med henhold til partipolitikk og organisasjoner. En av deltakerne i fokusgruppene var svært aktiv i tradisjonell organisasjonspolitikk og rapporterte om sitt engasjement som svært tidskrevende.

”Jeg har såpass mange møter at det er lite jeg får tid til ved siden av skolen og trening”

Tidsdimensjonen i tradisjonell politikk oppleves av mange som en hindring i forhold til det å engasjere seg og bli aktiv i ungdomspartier – og organisasjoner. Det er kanskje ikke så rart at tidsdimensjonen virker truende på ungdom som er vant med at ting går fort. Politiske prosesser oppleves som trege og omstendelige og veien man må gå for å oppnå endringer beskrives som lang og tung med mange hindringer som må overvinnes på veien. Ungdommene mener også at mange saker kan bli glemt på veien, rett og slett fordi det ofte tar for lang tid før forslagene kommer fram til den rette instansen. En av deltakerne poengterer:

”Uansett om det hadde vært noen forandringer eller om noen hadde hørt deg så hadde det kanskje tatt sånn 4-6 år før det hadde blitt en forskjell. Så jeg vet ikke om ungdommer tror det er verdt det da”

Slike utsagn illustrerer opplevelser av fremmedgjøring i møte med systemet. En av deltakerne beskriver møte med det politiske systemet som desillusjonerende. Møte med virkeligheten, hvordan politikken *faktisk* fungerer, kan derfor oppleves som demotiverende. Fokusgruppedeltakeren tror det handler mye om uvitenhet, at ungdommen ikke har nok kunnskap om politiske prosesser. Selv om man tror man kan være med på å forandre noe ved å ta del i politikken i en mer tradisjonell forstand kan erkjennelsen av at ting ikke kan forandres over natten, eller som den samme deltakeren sa: ”at man må inngå kompromisser, og at veldig mye må settes i sammenheng og at det er umulig å gjennomføre visse ting” bli for frustrerende. Samtidig som en slik beskrivelse skildrer møtet med systemet som demotiverende, illustrerer den også at kunnskapen om at det er sånn er til stede hos ungdommen. Mange av deltakerne hadde klare meninger om den politiske prosessen slik den fremtrer i partipolitikken og kunne tilsynelatende diskutere uanstrengt om dette temaet. Slik sett er det ikke først og fremst mangel på kunnskap på området, men kanskje et behov for å sette læring om slike prosesser inn i et system, for eksempel som obligatorisk samfunnslære på ungdomsskolen.

Det tar mye tid å engasjere seg om man skal være med ”på ordentlig”. Det ansvaret som følger med om man skal engasjere seg og delta på organisasjonsnivå oppleves av mange som avskrekkende.

”Det er større å melde seg inn i en politisk organisasjon. Det blir litt for mye for mange tror jeg”

Beskrivelsene i fokusgruppene tyder på at engasjement og deltagelse på organisasjonsnivå kan være slitsomt, kjedelig og at det oppleves som en innskrenking av personlig frihet. Det å være medlem av ungdomspartier eller andre organisasjoner fører til at man forplikter seg til en rekke aktiviteter som man egentlig ikke har lyst til å gjøre, men som er del av pakka.

”Det blir sånt ansvar og så må du gå på møter og så må du ditt og datt og så må du protestere og dele ut brosjyrer og sånt”

Mye tyder på at det ikke finnes en nødvendig kobling mellom det å være politisk engasjert og det å være medlem av ungdomsorganisasjoner. Man skal gjerne ha standpunkter og meninger, men det trengs ikke det institusjonelle rammeverket for å virke troverdig. Aktiviteter som demonstrasjoner og dele ut brosjyrer framstår som gammeldags og lite attraktivt. Det å ha et politisk standpunkt er ikke ensbetydende med at man orker å bruke sin fritid på aktiviteter som er kjedelige. Diskusjonene i fokusgruppene tyder dessuten på at den forpliktelsen som følger med et medlemskap, om reell eller ei, oppleves som vanskelig.

På den andre siden var det en av deltakerne som syntes at det hadde blitt mer og mer moderne å være medlem av partier, at det for eksempel var trendy å være medlem av Natur og Ungdom.

”Alle skal på en måte engasjere seg og mye av det er sånn fasadespill”

Deltakeren peker på at det er mange hun kjenner som er medlem av Natur og Ungdom, særlig jenter, men at når man spør de om ting som har med deres engasjement å gjøre så mangler de kunnskapen; ”de sa ja takk i et blad liksom”. Politisk engasjement kan derfor også fungere som en trend, eller som en identitetsmarkør. Medlemskap i en interesse- eller ungdomspolitisk organisasjon kan dermed brukes til å representere seg selv som politisk engasjert og aktiv, uten nødvendigvis å være det. Medlemskap og engasjement, særlig i interesseorganisasjoner, kan også ses på som en del av en kollektiv identitet som gjerne opprettholdes av det å jobbe sammen mot å oppnå et felles mål, men også av den individuelle tilhørighetsfølelse. Det kan være problematisk å bruke medlemskap som indikator for samfunns- eller politisk engasjement da det ikke nødvendigvis er dette som utgjør hovedmotivasjonen for deltagelse.

6.5 For å være politisk engasjert må man være samfunnsengasjert, men ikke omvendt

”Samfunnsengasjement betyr rett og slett at du bryr deg om hva som skjer i samfunnet. At du får med deg sakene. Men politisk da er man mer partiorientert. Ser det fra den vinkelen”

Ungdommene ble rekruttert til fokusgruppene på grunnlag av at de hadde et visst samfunnsengasjement. Derfor er det selvsagt at alle oppga en viss interesse for samfunnsspørsmål. Langt færre definerte seg som politisk interesserte. I en eller annen forstand reflekterer det holdninger, men det har uten tvil også å gjøre med hvilke assosiasjoner de hadde til begrepet ’politikk’. Det å lese ut av diskursive data stabile holdninger skal en være uhyre skeptiske til (Storm-Mathisen & Helle-Valle, 2008). Dette illustreres godt gjennom utviklingen i fokusgruppeintervjuene. Da intervjuene startet ble de bedt om å fortelle hva de la i ’politikk’. Det dominerende bildet som ble tegnet var at politikk var noe de selv ikke drev med, men som ble utøvd i politiske partier. Da deres holdninger til dette var luftet utfordret vi dem ved å argumentere for at politikk dreide seg om å ville gjøre noe som var viktig for samfunnet – om å utøve makt for å forandre samfunnsutviklingen. Dette startet en dialog som endte med at mange av dem endret – i alle fall der og da – sitt syn på hva ’politikk’ var. Flere av de som hadde begynt med å si at de ikke var politisk interesserte uttrykte nå at det var de. Når vi ba dem (mot slutten av det siste fokusgruppeintervjuet) om å skrive ned tre ord som de forbandt med politisk engasjement nevnte de: informasjon, samfunnsutvikling, samfunnsendringer, framtid, enigheter/uenigheter, konflikt/harmonimeneringer, diskusjon/debatt, deltagelse, påvirkning, aktuelle saker, og aktører som politikere og ungdommer.

Det som kan trekkes ut av denne endringen i uttrykt oppfatning er selvfølgelig ikke at de først misforstod begrepet, men så fikk en mer korrekt oppfatning. Det det viser er at mange gjør 'politikk' synonymt med partipolitikk, og derfor oppfatter politikk som noe som ikke angår dem – et spill om makt som skjer i lukkede arenaer hvor de selv ikke har adgang. Deres avstandtagen til denne form for politikk kan også tyde på en forakt for det formelle politiske systemet; flere uttrykte at politikere ikke har legitimitet i deres øyne. Samtidig viste dialogene i fokusgruppene at deltakerne var klare på at politikkenes mål – å påvirke samfunnsutviklingen – var noe de var opptatt av.

7 Internett som debattarena

7.1 Offentlighet

Internetts betydning for demokratiet og den offentlige sfæren har vært et gjennomgående tema i forskningen det siste tiåret (Dahlgren & Olsson, 2008). Ideen er at internett har åpnet opp muligheten for at folk flest kan delta og bidra med sin stemme i samfunnsspørsmål. Ikke bare fremheves det at internett har bidratt med å gjøre offentligheten mer tilgjengelig for folket, men at internett i seg selv *er* en offentlighet. Diskursen har i stor grad omhandlet hvorvidt internett kan ses på som en offentlig sfære, det vil si hvor vidt Habermas begrep om det inkluderende, rasjonelle og deliberative som forutsetning for offentligheten bedre kan realiseres på internett (Dahlberg, 2001; Dahlgren, 2005; Poster, 1995; Sassi, 2001). Benkler eksemplifiserer:

“We are witnessing a fundamental change in how individuals can interact with their democracy and experience their role as citizens [...] The network allows all citizens to change their relationship to the public sphere. They no longer need to be consumers and passive spectators. They can become creators and primary subjects. It is in this sense that the Internet democratizes” (2006)

Sitatet ovenfor peker på det at folk flest ikke lenger trenger å være passive, teknologiske løsninger gjør deltagelse mye lettere; men det betyr ikke at folk automatisk blir aktive. Slike teknologiske løsninger er derfor kun en del av det som muliggjør deltagelse og engasjement. Selv om teknologien ikke skaper deltagelse i seg selv, har den teknologiske utviklingen ført med seg økt tilgang til informasjon. Som Tate og Wilson (2008) påpeker har borgeren historisk sett fungert som en observatør, hvis plikt det var å ytre sine meninger fra tid til annen ved politiske valg. For å kunne oppfylle sin borgerrolle var man avhengig av informasjon; og informasjon ble som regel tilgjengeliggjort via massemediene. I følge Tate og Wilson (ibid.) har internett åpnet opp for at borgeren selv kan finne den informasjonen de trenger ut i fra det mangfold av tilgjengelige kilder. Som en offentlighet fungerer internett demokratisk i den forstand av at mange forskjellige synspunkter på samme sak gjøres tilgjengelig. Det er altså prosessen som internett legger til rette for og muliggjør som kan ses på som det virkelige potensialet for politisk deltagelse og engasjement. Ved at informasjonen blir tilgjengelig, og man i større grad får vite om ulike perspektiver får man bredere kunnskap om og dypere innsikt i det politiske liv; man styrker dermed tiltro og tillitt til å snakke om og diskutere politikk og samfunnsspørsmål i en offentlig sammenheng. På den andre siden er det problematisk å tenke seg et politisk subjekt som bare trenger nok informasjon for å kunne ta de rette avgjørelsene (Dahlberg, 2001). Det er dermed ikke nok med tilgjengelig informasjon for å styrke den offentlige sfæren, borgeren må også kunne bruke informasjonen kritisk i dialog med andre for at det kan være snakk om et opplyst folkevelde.

Diskusjon er grunnleggende for den sterke stillingen ideen om offentlighet har fått i politisk og samfunnsfaglig tenkning. I følge den deliberative demokratimodellen til Habermas er det den rasjonelle diskusjonen som står i fokus. På mange måter handler politikk for Habermas om kommunikasjon. Det er de beste argumentene som skal være avgjørende i utformingen av

den offentlige opinion, uavhengig av de talendes identitet og status. I tillegg til rasjonalitet skal diskusjonene omhandle temaer av allmenninteresse og være åpent tilgjengelig for at den offentlig sfære skal være velfungerende. Kraften av det bedre argument og den rasjonelle diskusjonen er altså grunnleggende for den demokratimodellen rettet mot å oppnå konsensus som Habermas fremhever som ideell. Den rasjonelle diskusjonen er derfor en kommunikativ handling der den tvangsfrie enigheten er målet for språkbruken. I følge Habermas legger den ideelle samtalsituasjonen premissene for konsensusdrevne diskusjon. Den ideelle samtalsituasjonen tilsier at borgeren skal opptre autentisk, ansvarlig og sannferdig i sin argumentasjon (Skogerbø & Winsvold, 2008), i tillegg må samtlige ha samme mulighet til å delta og inneha samme mulighet til fortolkning.

Men hvordan står det så til med diskusjonen på internett? Hvorvidt kan denne karakteriseres som konsensusorientert og rasjonell? Fungerer internett som en offentlig sfære? Og i forlengelsen av dette, bidrar internett til demokratiseringen av offentligheten?

7.2 Internett gir muligheten til å ytre seg

Ungdommene i vår undersøkelse bruker internett noen ganger til å diskutere samfunnsmessige eller politiske temaer. Tendensen er allikevel tydelig, ungdom bruker relativt lite av sin tid på internett til å uttale seg om samfunnstema og politikk. Ca. 60 prosent av ungdommene oppgir aldri å ha deltatt på slike diskusjoner på nett. Det er altså mye som tyder på at tilgjengelighet og mulighet til å delta ikke er tilstrekkelig for at ungdom skal engasjere seg politisk eller samfunnsmessig på internett.

Selv om det ikke er mange som bruker diskusjonsfora på nettet aktivt for å ytre seg er mange av ungdommene enige om at nettet er positivt i den forstand av at det er enkelt å delta og at det er en kanal for ytringsfrihet. Ungdommene synes også det er positivt at nettet gir rom for nisjer; man kan få utløp for sine egne interesser og man kan diskutere mer målrettet. Diskusjonsfora er ikke kun en arena for å ytre sine meninger men også et sted man kan "henge". Henging, i kraft av å være til stede i debattfora for interessens skyld kan være en form for engasjement. Ito et al. (2008) poengterer i sin rapport at det å være til stede og observere diskusjoner på ulike nettfora kan være en effektiv måte å bryte ned sperrer for deltakelse. Som en av deltakerne i våre fokusgruppeintervjuer eksemplifiserer:

"Jeg synes det er fascinerende å lese rare innlegg. Ikke nødvendigvis komme inn dit bare for å diskutere ting men for å se hva andre mener og"

Etter hvert som man føler seg komfortabel med måten å være på i de ulike debattforaene vil man kanskje begynne å delta selv, prøve seg fram og leke med sjangeren. Dermed kan nettforaene ses på som en god treningsarena for å utvikle kompetanse til å kunne delta på en mer profesjonell måte, både online som offline (jfr. Hauge og Storm-Mathisen 2008).

Særlig blir de positive sidene ved nettdebatt trukket fram i sammenligning med fjernsynsdebatter. Selv om ungdommene som oftest er tilskuere og ikke deltakere i fjernsynsdebatter, mens de ofte er deltakere i nettdebatter, ble de to debattformene omdiskutert som om en slik restriksjon ikke eksisterte. Blant annet ble det i fokusgruppene nevnt at internett gir muligheten til å gå gjennom det folk har sagt før og på den måten kunne overveie ens egne argumenter før man yterer noe. TV derimot stiller krav til spontanitet og man risikerer dermed mindre overveide svar. Nettet setter ikke de samme kravene til umiddelbar respons som TV-formatet gjør og man kan derfor ta seg mer tid til å svare og diskutere på nett enn man ville kunne gjort på TV. En av fokusgruppedeltakerne påpekte at TV debatter handler mer om de retoriske kunnskapene til kandidatene enn om selve politikken, at TV debatten som format i grunn er veldig tabloid.

Den lave terskelen for å delta i nettdebatter er en viktig grunn til at mange ungdommer deltar i utgangspunktet. Særlig for ungdom som har vanskeligheter med å få tilgang i andre mediearenaer tilbyr internett muligheten til å kunne ytre sine meninger. Når ungdommene blir spurt om hvilken kommunikasjonskanal de foretrekker for å drive debatt svarer mange nettet, fordi det er det letteste. I tråd med Patemans teori om politisk deltakelse som betinget av opplæring og trening, peker en av fokusgruppedeltakerne på nettdebattens potensial som treningsarena:

”Jeg tror det kan fungere som en viktig treningsarena egentlig for at man begynner kanskje med innlegg og så leserinnlegg i aviser og så kanskje man kan få artikler inn senere”

Habermas’ ideal om at diskusjonene må være åpent tilgjengelig og at man diskuterer noe av allmenninteresse kan på mange måter sies å være tilstede i diskusjonsfora på nettet. Så godt som alle har tilgang til internett i Norge i dag, dermed har man prinsippet mulighet til å delta og diskusjonene er som regel åpent tilgjengelig. Mangfoldet av stemmer på internett er dessuten svært fremtredende i forhold til massemediene; barn, ungdom, og folk med ekstreme holdninger er alle representert (Rasmussen, 2008). Diskusjonsforaene på nettet er som regel kategorisert gjennom tema for diskusjonen eller så kommenterer man samme saken på en nettavis for eksempel; i de aller fleste tilfellene er derfor temaet som diskuteres av felles interesse. Internett synes videre å oppfylle kravet om det bedre argumentet ettersom anonymiteten som hersker på nettet kan sies å fremheve argumentet fremfor status eller talerens identitet. På den andre siden er det nettopp anonymiteten som har blitt gjort til gjenstand for de største bekymringene i forhold til de negative sidene ved nettet som debattforum, noe som skal diskuteres nærmere i neste avsnitt. Allikevel synes det å være slik at digitale medier har lagt til rette for at den offentlige sfæren har blitt utvidet og differensiert i forhold til det mangfold av folk, temaer og holdninger som er representert på internett (Rasmussen, 2008).

7.3 Mange useriøse debattanter og innlegg

De fleste av ungdommene gir inntrykk av at nettdebatter er preget av å være useriøse; de som skriver innleggene har ofte en annen agenda enn å bidra til konstruktiv debatt. Tonen og språkbruken i diskusjonsforaene er ofte krass og kritisk. Anonymiteten som råder i nettdebattene gjør at det hele oppfattes som useriøst og usakelig. På spørsmål om hva som er forskjellene mellom å bruke nick (kallenavn) og ordentlig navn, oppgir ungdommene at forskjellen går ut på hva det er man kan si. Med nick virker det som om man ikke trenger å stå like mye til ansvar for ytringene sine som hvis man hadde undertegnet med fullt navn.

”Hvis innlegget blir skrevet med et nick, så synes jeg at det blir hakket mer useriøst”

Habermas’ ideal om talerens oppriktighet som en viktig faktor i den ideelle samtalesituasjonen er vanskelig å etterprøve på internett. Anonymiteten gjør det vanskelig å tolke uttalelsene. Skogerbø og Winsvold (2008) fremhever at det blir umulig for publikum å kontrollere om deltakernes meninger er uttrykk for personlige meninger eller om det ligger andre hensikter bak dersom de skjuler seg bak anonymitet. Derfor forblir en potensiell politisk effekt av anonyme utspill som regel minimal i følge Skogerbø og Winsvold (ibid.). Den krasse tonen i mange av innleggene og svarene i nettdiskusjoner skyldes til dels anonymiteten. Den krangelende stemningen som hersker i mange av diskusjonsforaene er en grunn til at mange velger å ikke delta.

”Jeg er ute etter kanskje å vite andres mening og så får jeg bare dritt tilbake og da er jo ikke det noe hyggelig. Det gjør det jo mindre interessant å delta”

Deltakerne tror at det er særlig gutter som skriver innlegg på debattforum på internett. En del av grunnen for hvorfor det kan virke slik er nettopp den krasse tonen og stemningen i slike fora som mange tror særlig jenter ikke liker eller tåler.

”Jeg tror en av grunnene er at de er mest frittalende, faktisk tåler støyten for hva de skriver. For det er mange som blir såret når de får litt kross kritikk”

Habermas fokus på at det er den rasjonelle diskusjonen som er grunnlaget for en fungerende offentlighet synes å være lite til stede om man ser på nettdebatter. På den andre siden er det vanskelig å sammenligne Habermas sitt ideal om den offentlige sfæren slik han beskrev den på bakgrunn av framveksten av borgerskapet på 17 og 18 hundretallet med dagens form for nettdebatt. Konteksten for den offentlige rasjonelle dialogen slik den manifesterte seg i kaffe-husene og salongene og som førte til veloverveide og bearbejdede meninger kan ikke uten videre overføres til en helt annen kommunikasjonskontekst. De kontekstuelle betingelsene som ligger til grunn for ideen om den klassiske offentlige sfæren synes ikke å la seg overføre til en internettkontekst. Samtidig er det ikke den bokstavelige overføringen det kan være snakk om heller, men snarere de normative aspektene ved en slik beskrivelse. Bak Habermas' historiske beskrivelse ligger det normative prinsipper relatert til dialog og ansvarlighet som henger sammen med hvordan man burde leve sammen med andre (Jovchelovitch, 2007). Om man på tross av de historisk spesifikke beskrivelsene ser verdien i det normative ved Habermas' ideer om den offentlige sfæren og tar innflytelsen disse ideene har hatt på de siste tjue års sosiale og politiske diskurser, vil det være nyttig å se på hvorvidt Habermas' idealer er til stede i en nettdebattssammenheng for å kunne evaluere deltakelse på nettet som politisk og samfunnsengasjement.

Som andre har påpekt er ikke diskursen på nett alltid like rasjonell; toleransen for andres synspunkter synes ikke å være særlig mye til stede og samtaleformen synes ofte å være alt annet enn sivilisert (Dahlberg, 2001; Dahlgren, 2005). Som en av deltakerne påpeker:

”Det er veldig mye junk ute på nettet [...] masse sånne useriøse greier hvor folk bare skriver AP er best, KrF hater homser”

Usakeligheten som ungdommene mener har kommet med internett gjør det vanskeligere å etterprøve sannhetsgraden i uttalelsene. En av de mest grunnleggende permisjene for den ideelle samtalsituasjonen er at man må kunne anta at samtalens mål er å komme fram til enighet basert på hensynstaking til andres perspektiver og synspunkter. Like viktig som tale-rens rolle i en samtalsituasjon er derfor den lyttendes rolle. Dette er noe av det som synes å være mest problematisk på nettet. Hvordan kan vi effektivt tilrettelegge for en reel toveis-kommunikasjon istedenfor monolog? En av deltakerne eksemplifiserer:

”Det som er på nett er at folk er egentlig altfor opptatt av sin egen mening til å sette seg inn i andre sine meninger og se andre sine synspunkt”

Grunnleggende for ideen om offentlighet, både for Arendt og Habermas, er dialog, noe som forplikter å sette seg inn i andre sine meninger. Om nettdiskusjonene ligner mer på en ansamling av enkeltbidrag enn dialog forsvinner mye av det grunnlaget som opprettholder den offentlige sfæren. For Arendt er det nettopp pluralitet, forstått som forskjeller og likheter gjennom handling og tale, som er det unike ved den menneskelige tilværelsen. Den kommunikative handling i Arendt og Habermas' teorier fungerer som offentlighetens bindeledd. Kommunikasjon handler dermed om å møte den andre, erkjenne den andres perspektiver og være beredt på å måtte se saken fra den andres posisjon (Jovchelovitch, 2007).

Ut i fra diskusjonen ovenfor viser tendensen i nettdiskusjonene ikke mange tegn på dialog eller rasjonell diskusjon. Snarere kan stemningen og praksisene i nettdebattene karakteriseres som konfliktfylte. Svarene ungdommene gir kan tyde på at det ikke er konsensus som er må-

let for en diskusjon men selve diskusjonen i seg selv; usakeligheten er til en viss grad det som anses som underholdende og engasjerende:

”Man kommenterer sjelden noen man er helt enig med enn én man er helt uenig med”

Uenigheten kan dermed være den avgjørende drivkraften for å bidra med sin stemme, noe vi var inne på i avsnittet om tillit, og som også er Arendts poeng om at kommunikasjonens betingelse er pluralitet. I følge Mouffe er det lidenskapen som er drivkraften og ikke enighet, brenner man for en sak eller er sterkt uenig med noen vil det være følelser med i spillet som virker handlingsfremmende. Deltakelsen som betinget av lidenskap og konflikt står derfor i kontrast til den konsensusorienterte rasjonalistisk-universalistiske diskursen til Habermas. I følge Mouffe (1999) er det politikken oppgave å skape en helhet i en kontekst preget av konflikt og mangfold; politikken er alltid opptatt av å skape et ”oss” gjennom en bestemmelse av et ”dem”. Et slikt syn på politikk utvider samtidig definisjonene på hva det vil si å være politisk aktiv eller engasjert. Dette er noe Mouffe fremhever når hun kritiserer den rasjonelle konsensusorienterte tilnærmingen til Habermas for å tillegge politikken noen universelle sannheter som kan gjelde uavhengig av konteksten den inngår i (Mouffe, 2000). Hun bruker Wittgenstein til å argumentere for at det kan finnes uttallige ”riktige” demokratiske regimer, men at meningen om hva det vil si å være engasjert på den moralske riktige måten alltid må bestemmes i den konkrete situasjonen den utspiller seg i. I forlengelsen av Mouffe (2000) kan det argumenteres for viktigheten å ikke støtte seg for blindt på allerede fastlagte universelle sannhetsregimer om god og riktig deltakelse ettersom engasjementets og deltakelsens betydning vil vise seg i selve bruken; i praksisen. Kan kranglingen på nett være et uttrykk for engasjement og deltakelse? Er den krasse kritikken i debattsammenheng en form for politisk aktivitet? Hvor går grensene mellom en bra og en dårlig form for deltakelse, og hva slags engasjement er det som er ønskelig? Det ligger utenfor rammen av denne rapporten å prøve å gi svar på slike komplekse spørsmål, men de kan være verdt å reflektere over i en diskusjon om ungdoms politiske og samfunnsmessige deltakelse og engasjement. Hvordan man velger å kategorisere bra og dårlig deltakelse vil ha en innvirkning på hvilke konklusjoner man trekker på ungdoms vegne.

Det er godt mulig internett ikke oppfyller kravet Habermas stiller når det gjelder forutsetninger for en velfungerende offentlig sfære eller for den ideelle samtalsituasjonen, men så må man ikke glemme å skille mellom intendert og uintentert eller uventet bruk av nye teknologier. I dette tilfelle må man vokte seg for å trekke negative konklusjoner om at internett svekker den offentlige sfæren ved å se på usakelighet og sladringer som noe iboende negativt. Som en av deltakerne i fokusgruppene sier:

”Provosere betyr jo nesten det samme som å engasjere folk ikke sant. Da får du hvertfall respons på innleggene”

I det mylderet av meninger og synspunkter som finnes på nettet er det ofte slik at den som skriker høyest og kommer med de mest kontroversielle påstandene er den som klarer å provosere fram en reaksjon. Man fester som regel sin oppmerksomhet på noe som fremstår som annerledes enn det man er vant til. Følelsesmessige reaksjoner, særlig om vi vil høre på Mouffe, kan være det som trigger fram deltakelse og engasjement. Uttalelsene ovenfor viser hvordan kampen om oppmerksomhet kan vinnes ved provokasjon. Om det er slik at man ikke blir hørt med mindre man uttaler seg kritisk og kras, så blir en slik handlingsmåte muligens mer forståelig. En slik tone var kanskje heller ikke nødvendig i samtalene rundt salongbordene der herrene møttes for å diskutere saker av allmenngyldig interesse slik Habermas beskriver utgangspunktet for den ideelle samtalsituasjonen. Det kan videre tenkes at prinsippet om det bedre argumentet fortsatt er gjeldene i dag, om enn på en noe annen måte. Tendensen i nettdebatter er at det bedre argument er tuftet på konflikt og provokasjon fremfor rasjonalitet.

Det kan også argumenteres for at det ligger en form for politisk opprør i usakeligheten. Som Bakhtin poengterte i sin bok om Rabelais (1984) er en viktig form for folkelig opprør det burleske – den formen for opprør som avviser hele maktens grunnlag: seriositeten og sakligheten. For de uten den intellektuelle og kulturelle kapitalen som trengs for å vinne frem på arenaer dominert av argumenter og kunnskap vil en subversiv strategi være å oppføre seg på en måte som bryter med språkspillet grunnleggende premisser. Ved å være usakelig, frekk, obscen og injurierende avviser en premissene for diskursen og på den måten – hevder Bakhtin – så vil en potensielt kunne sette hele aktivitetens legitimitet på prøve (Helle-Valle, 1996; Mbembe, 1992).

8 Deltakelse på internett – en form for engasjement?

8.1 Man skriver innlegg for at andre skal se det

Hvorfor kan det virke som om mye av engasjementet som finnes blant ungdom finnes på nettet og ikke i partistrukturen? Responsen ungdommene gir kan tyde på at internett oppleves som en enklere kommunikasjonskanal, omkostningene med å ha følelsen av å delta – og til og med å bli hørt og få tilbakemelding – er mye større enn hva de tror partistrukturen er i stand til å gi. På spørsmål om man føler seg politisk engasjert når man skriver innlegg svarer en deltaker at:

”Ja, man skriver jo det for at andre skal se det”

Man deltar fordi man vil at andre skal se det; *det* i betydning av både innlegget og en selv som person. I følge Arendt (1996) kan en handling som aktivitet overhode ikke tenkes uten medmenneskenes stadige nærvær. Handlinger faller derfor inn under politikkenes område som grunnleddende offentlig, ettersom det ikke kan tenkes handling uten andres tilstedeværelse. Å skrive innlegg på nettfora og delta i diskusjoner gir ingen mening om disse ikke blir sett eller hørt av andre.

”Menneskene viser gjennom handling og tale hvem de er, de viser aktivt det unike ved sitt personlige vesen, de trer liksom inn på verdens scene, der de ikke var like synlige så lenge de uten aktiv medvirkning bare ga til kjenne sin unike skikkelse og din unike stemme” (Arendt, 1996)

For Arendt er det offentlige er en sfære der vi trer ut av det private (som holder oss skjult) for å kunne bli sett og hørt (anerkjent). Her kan diskusjonsforaene på nett ses på som det offentlige organiserte rommet som Arendt ser på som nødvendig for enhver handling og tale. Dette rommet muliggjør stemmebruk som praksis; internettrommet legger altså til rette for at vanlige folk kan *gi sin stemme*. Det at noe er mulig, som vi har vært inne på, er ikke nok for faktisk å få folk til å delta. I følge De Certeau (1984) kan en talehandling forstås som talerens måte å gripe fatt i språket. Følgende er det altså to aspekter som må oppfylles for at man faktisk deltar; for det første må man gjenkjenne en mulighet til å delta når den fremtrer som sådan og faktisk gripe den og for det andre må man gripe fatt i språket. På internett blir det å gripe fatt i språket helt avgjørende, fordi det først og fremst er gjennom språket av vi presenterer oss selv og gjør oss kjent for andre på nett.

Selv om det kan hevdes at deltagelse på internett er en form for (politisk) engasjement så finner vi i likhet med Skogerbø og Winsvold at debatt deltakerne selv har få ambisjoner om å påvirke i utviklingen av samfunnsaktuelle problemstillinger gjennom deres deltagelse på nettet:

”Jeg tror ikke du får gjort så mye når du skriver på nettet egentlig tror jeg”

”Jeg tror at mange bare synes det er greit å holde det på sånt nivå som det er på nettet”

Det kan virke som om ungdommene synes nettet egner seg bedre for å vise seg frem, deriblant som kanal for fremvisning av egne politiske meninger og holdninger, enn som politisk arena. Ungdommene oppfatter ikke påvirkningskraften til utsagn på nettet som sterk i forhold til å utrette noe politisk substansielt. Som tidligere påpekt er troen på innflytelse en viktig faktor når det gjelder politisk deltakelse, og denne synes ikke nettet å kunne tilfredsstillende. Snarere kan det være slik at nettets potensial som kommunikasjonskanal oppfattes dit hen at det kan bidra til å tilfredsstillende sosiale behov som anerkjennelse og feedback. Som Elvestad poengterer kan det å delta i mediene ha sin egen verdi; det er morsomt å diskutere, en blir synlig i offentligheten, og en får styrket og bekreftet sin identitet (Skogerbø & Winsvold, 2008). Det som kan diskuteres er derimot hvorvidt behov for anerkjennelse og respons fra andre mennesker kan være med på å mobilisere politisk deltakelse; eller hvorvidt slike behov er iboende egenskaper ved politisk aktivitet og engasjement og dermed faktisk legges til rette for gjennom bruk av nettet.

8.2 Feedback er en viktig motivasjonsfaktor for å skrive innlegg

Minst like viktig som det å bli sett og hørt av andre på nettet er den tilbakemeldingen man får av andre på innleggene sine. Det kan virke som det å gi sin stemme og gå inn for å gjøre seg kjent på slike fora kommer med et ønske om en eller annen form for tilbakemelding.

”For eksempel når jeg blogger er det jo alltid noen som kommenterer det vi skriver og det er alltid spennende å se hva andre mener om det man skriver om. Men det er jo viktig å ha såpass saftige innlegg som biter litt på at folk er motstander eller sterk tilhenger av da. Så det er alltid spennende å se da om folk kommenterer det man skriver. Det er det som er, det er jo derfor jeg ytrer det jeg mener”

Å skrive innlegg eller å ytre seg forutsetter nærvær av andre. Ungdommene gir uttrykk for at det er andres tilbakemeldinger på det de selv skriver som er en stor motivasjonsfaktor for å skrive innlegg i det hele tatt. Kommentaren blir dermed en bekreftelse på at dine meninger blir tatt på alvor fordi noen gjør seg bryet meg å kommentere. Kommentaren kan videre ses på som en bekreftelse i den videste forstand, på at det er noen der ute som ”ser” og ”hører” en. Kommentarens funksjon utvider dessuten deltakelsen ved at den som har skrevet et innlegg kan gå tilbake for å sjekke om noen har respondert, videre kan det hevdes at selve muligheten for respons gir en grunn til i det hele tatt å vende tilbake til diskusjonen. Nettdiskusjonen opprettholdes derfor av gjensidige forventninger om tilbakemelding. Diskusjonsformen på nettet kan sies å aktualisere slike gjensidige forventninger om *feedback* fordi den på mange måter sannsynliggjør en slik respons.

”Det med at folk er mer aktive på internett er at det skjer dirkete provoserende saker ikke sant[...]folk blir jo mer provosert og vil skrive noe på internett”

Det kan virke som ungdommene synes det er enklere å trigge fram en respons på nettet, noe som kan forklares ved at de synes nettet ikke stiller de samme konvensjonelle kravene når det gjelder sosiale omgangsformer; man trenger for eksempel ikke være like høflig som i ”virkeligheten”. I følge bloggeren ovenfor er man nødt til å skrive såpass saftige innlegg får at folk skal reagere

9 Avslutning

I følge Skogerbø og Winsvold viser forskning at nettbaserte politiske diskusjoner fungerer best dersom det inviteres til diskusjon omkring et gitt tema og dersom muligheten til å påvirke politikktutforming er reell (2008). Vår undersøkelse bekrefter et slikt bilde godt på vei. For det første framviser ungdommene en mye større interesse for enkeltsaker og temaer enn for tradisjonell politikk i betydning pakkeløsning. For det andre er troen på reell innflytelse en veldig viktig faktor for å engasjere seg. Det at ungdommene ikke er medlem av ungdomspartier eller andre formelle organisasjoner betyr ikke at ungdommene ikke er politisk engasjerte. Tvert i mot karakteriserte samtlige ungdommer i denne undersøkelsen seg selv som samfunnsinteresserte og mange også som politisk interesserte; diskusjonen ungdommene i mellom vitnet om ressurssterke borgere med klare meninger og argumenter omkring samfunnsmessig og politisk engasjement, også i forhold til internett. Ungdommene gir et opplyst og realistisk bilde av hvordan de opplever at politikken fungerer og hva som er bra og dårlig med nettdebatter. For ungdommene betyr det å engasjere seg i organisert politisk eller samfunnsmessige aktiviteter en forpliktelse om å gi mye av sin tid. En slik forpliktelse oppleves som frihetsinnskrenkende og bindende; man må gjøre en del ting som ikke er spesielt morsomme som å gå på møter og dele ut brosjyrer; dessuten virker beslutningsprosessen som langsommelig og kjedelig.

Internett åpner opp for muligheten til å delta og ytre seg, på en måte som passer de fleste ungdommene bedre enn organisert deltakelse i ungdomsorganisasjoner og lignende. Samtidig oppfattes det som en stor utfordring at det er vanskelig å nå fram med sitt budskap eller sin stemme i det mylder av bidrag og innlegg på nettet; problemet er at det er mange ytringer men få som leser det. Ungdommene bruker ikke nettet primært til å delta i politiske aktiviteter eller diskusjoner, men mer som et sosialt møtested eller kommunikasjonskanal for å snakke med folk man allerede kjenner fra før, som venner og familie. Norris påpeker at man må være forsiktig med å trekke klare konklusjoner om årsakssammenhenger mellom mediebruk og politisk engasjement (2001). Snarere kan det være slik at folk som går på nettet – om det er for å shoppe, av underholdningsgrunner eller på grunn av nettbanken – kan komme borti diskusjonsfora eller temaer som gjør at de oppdager politiske og samfunnsmessige spørsmål og dermed begynner å interessere seg for dem (Norris, 2001). Det som er spesielt med nettet er at selve bruken til en viss grad er uforutsigbar, ofte surfer man på nett og kan finne ut av ting ved en tilfeldighet. De tradisjonelle massemediene derimot er langt mer programmerte i den forstand av at det man til enhver tid kan få tilgang til på forhånd er regulert, selv om også dette er i ferd med å forandre seg i tråd med overgangen til digitalt fjernsyn for eksempel. Det kan verken konkluderes med at internettbruk i seg selv forårsaker politisk eller samfunnsmessig engasjement og deltakelse eller det motsatte, at internett eventuelt svekker et slikt engasjement. Ungdom flest bruker internett først og fremst av sosiale eller underholdende grunner, men også for å finne informasjon og nyheter. Innenfor slike aktiviteter kan det forekomme at politikk og samfunnsmessige temaer blir gjort til gjenstand for diskusjoner eller refleksjon, men man går sjelden målrettet på nett for å engasjere seg i politiske aktiviteter. Ungdoms samfunnsengasjement på nettet henger derfor i stor grad sammen med deres generelle interesse for politiske og samfunnsmessige spørsmål som en integrert del av hverdagslivet. Å være på internett er bare en av mange ting ungdommene gjør til daglig, og hvor de tar med

seg de meningene, kunnskapen og kompetansen de besitter fra før og bruker denne aktivt i de aktivitetene de gjør. Samtidig er det også slik at nettet i egenskap av tilgjengelig informasjon utgjør en av de viktigste arenaene for kunnskapsdannelse i dag, og dermed spiller en viktig rolle i det å bli eksponert for politikk og samfunn generelt.

Vi vil ikke trekke teknologisk deterministiske slutninger om påvirkningsforholdet mellom internett og politisk deltakelse. Det er ikke slik at det holder å putte en hvilken som helst politiker på nettet og dermed være garantert politisk seier og borgerdeltakelse. Selv om Barack Obama vant valget, så var engasjementet på internett bare en av mange grunner til hvorfor Obama klarte å mobilisere folk til å delta og stemme på ham. Det utrolige engasjementet og deltakelsen, særlig blant den yngre delen av den amerikanske befolkningen, kan nok ikke sies å være et direkte resultat av internett. Snarere må nettets rolle oppfattes som et mobiliserings- og informasjonsverktøy og som en kommunikasjonsplattform for deltakelse og engasjement; stor misnøye med den eksisterende amerikanske utenrikspolitikken, helesystemet og finanskrisen ga folk en brennende og aktuell grunn for å engasjere seg. Denne rapporten viser at politisk engasjement og samfunnsdeltakelse synes å henge sammen med tillit/fravær av tillit, eller graden av misnøye for å være mer presis. I et land som Norge som ungdommene stort sett oppfatter som et av de beste landene å bo i uteblir den brennende mobiliseringskraften som ligger i akutt misnøye. I følge Mouffe er det nettopp konflikt og lidenskap politikken og demokratiet handler om, og det er derfor gjerne følelser knyttet til en sak eller person som virker mobiliserende. Når Lidén og Ødegård i sin rapport skriver at det unektelig er noe paradoksal ved at ungdoms høye tillit til det politiske systemet ikke gir positive utslag på valgdeltagelse, vil vi hevde at det kanskje nettopp kan sies å være den manglende mobiliseringskraften som ligger i tillit som kan være noe av grunnen til at ungdom ikke opplever valgdeltakelse som veldig relevant. Dessuten behøver ikke høy tillit til systemet innebære høy tillit til politikerne og det spillet som foregår mellom politikerne. Det kom mye politikerforakt til uttrykk i fokusgruppeintervjuene og det speiler kanskje ikke bare en 'høyt henger de og sure er de-mekanisme', men også en skepsis til om politikken inviterer til deltakelse blant vanlig ungdom. Partipolitikken synes heller ikke å bli oppfattet som differensiert nok – ungdommene opplever ikke ulike regjeringer som veldig ulike. De sier at de ikke merker store forandringer i hverdagslivet fra regjering til regjering. Dermed opplever mange at det å stemme blir nokså meningsløst – uansett hva de lover før valget blir ting mer eller mindre ved det gamle. Undersøkelsen vår viser at tradisjonell politikk i forstand av pakkeløsninger i partipolitisk format ikke egentlig appellerer og oppleveres som lite relevant for dagens ungdom.

Nettopp derfor er det viktig å nyansere hva som menes med politikk, engasjement og deltakelse. Som denne rapporten har vist er det mye som tyder på at ungdom er politisk engasjerte, hvis begrepene defineres vidt. Om en bruker valgdeltagelse som paramenter for demokratiets stilling blant dagens unge kan det være grunn for bekymring i forhold til det representative demokratiets overlevelseskraft. Om man derimot ser ungdommens tendens til å interessere seg for enkeltsaker, den økende kunnskapen om politikk og samfunn, og økingen i aksjonsorienterte politiske aktiviteter som indikasjon på deres politiske og samfunnsmessige engasjement kan man imidlertid tenke seg en meget politisk bevisst generasjon for å låne Lidén og Ødegård's uttrykk (Lidén & Ødegård, 2002). Om en skal se tematikken i lys av det norske samfunns fremtid ligger det i våre funn både en god og en dårlig side; det konvensjonelle politiske systemets legitimitet synes frynset, men samtidig finnes det et bredt spekter av ukonvensjonelt politisk engasjement blant ungdom, og mye av dette engasjementet bruker internett som medium.

Litteratur

- Adorno, T. W. and M. Horkheimer (1997). Dialectic of enlightenment. London, Verso.
- Arendt, H. (1996). Vita activa : det virksomme liv. Oslo, Pax.
- Bachen, C., C. Raphael, et al. (2008). "Civic engagement, pedagogy, and information technology on web sites for youth." Political Communication **25**(3): 290-310.
- Bachtin, M. (1984). Rabelais and his world. Bloomington, Ind., Indiana University Press.
- Balkin, J. (2004). "Digital speech and democratic culture: a theory of freedom of expression for the information society." New York University Law Review **79**: 1-58.
- Banaji, S. (2008). "The trouble with civic: a snapshot of young people's civic and political engagements in twenty-first-century democracies." Journal of Youth Studies **11**(5): 543-560.
- Baudrillard, J. (1983). Simulations. New York, Semiotext(e).
- Baym, N. (1998). Talking about Soaps: Communication practices in a computer-mediated fan culture. Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity. C. Harris and A. Alexander. New York, Hampton Press.
- Benkler, Y. (2006). The wealth of networks : how social production transforms markets and freedom. New Haven, Conn., Yale University Press.
- Bennett, W. L. (2008). Changing Citizenship in the Digital Age. Civic Life Online. W. L. Bennett. Cambridge, Mass., MIT Press.
- boyd, d. (2008). Can Social Network Sites Enable Political Action? rebooting America. Ideas for Redefining American Democracy for the Internet Age. A. Fine, M. L. Sifry, A. Rasiej and J. Levy, Personal Democracy Press.
- Brandtzæg, P. B. and M. Lüders (2008). eBorger 2.0. Den alminnelige borger som leverandør av offentlig informasjon, SINTEF.
- Certeau, M. d. and S. Rendall (1984). The practice of everyday life. Berkeley, Calif., University of California Press.
- Coleman, S. (2007). From big brother to Big Brother: Two faces of interactive engagement. Young Citizens and New Media: Learning for Democratic Participation. P. Dahlgren. New York, Routledge.

- Coleman, S. and w. C. Rowe (2005). *Remixing Citizenship: democracy and young people's use of the internet*, Carnegie Young People's Initiative.
- Collin, P. (2008). "The internet, youth participation policies, and the development of young people's political identities in Australia." *Journal of Youth Studies* **11**(2): 527-542.
- Dahlberg, L. (2001). "The internet and democratic discourse." *Information, Communication & Society* **4**(4): 615-633.
- Dahlgren, P. (2002). "In search of the talkative public: Media, deliberative democracy and civic culture." *Javnost-The Public* **3**(5).
- Dahlgren, P. (2005). "The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation." *Political Communication* **22**(2): 147-162.
- Dahlgren, P. (2007). *Young citizens and new media : learning for democratic participation*. New York, Routledge.
- Dahlgren, P. and T. Olsson (2008). *Facilitating Political Participation: Young Citizens, Internet and Civic Cultures*. *The International handbook of children, media and culture*. K. Drotner and S. Livingstone. Los Angeles, Calif., Sage.
- Delli Carpini, M. X. (2000). "Gen.com: Youth, civic engagement, and the new information environment." *Political Communication* **17**: 341-349.
- Drotner, K. (1992). *Modernity and media panics*. *Media Cultures: Reappraising Transnational media*. A. Skovmand and K. C. Schroder. London, Routledge.
- Elster, J. (1989). *Nuts and bolts for the social sciences*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London, Methuen.
- Futsæter, K.-A. (2008). *Medieutviklingen med fokus på sosiale medier*. Folks Medievaner 2008. Oslo, TNS Gallup.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity : self and society in the late modern age*. Cambridge, Polity Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere : an inquiry into a category of Bourgeois society*. Cambridge, Polity.
- Habermas, J. (1991). *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society*. Cambridge, Polity Press.
- Hedström, P. and R. Swedberg (1998). *Social mechanisms : an analytical approach to social theory*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Helle-Valle, J. (1996). *Change and Diversity in a Kgalagadi Village, Botswana*. Oslo, Universitetet i Oslo. **Dr. polit.**
- Helle-Valle, J. (2002). "Seen From Below: Conceptions of Politics in a Botswana Village." *Africa* **72**(2): 179-202.

- Helle-Valle, J. (2007). Time and media consumption in Norwegian families. SIFO professional report nr.2. Oslo, SIFO.
- Henriksen, K. and V. Aalandlid (2006) Deltar vi mindre enn før-eller bare på en annen måte? Samfunnsspeilet Volume, DOI:
- Howe, N. and W. Strauss (2000). Millennials Rising: The Next Great Generation. New York, Vintage.
- Isachsen, V. (2008). Meningsløse Facebook-grupper. Hentet den 5/1/2009 fra <http://www.nrk.no/nyheter/kultur/1.6322973>.
- Ito, M., H. Horst, et al. (2008). Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project. The John D. and Cathrine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning.
- Jenkins, H. (2002). Interactive audiences? The 'collective intelligence' of media fans. The New Media Book. D. Harries. London, British Film Institute.
- Jenkins, H. (2003). Quentin Tarantino's Star Wars? Digital cinema, media convergence and participatory culture. Rethinking Media Change. D. Thorburn and H. Jenkins. Cambridge, MIT Press.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture : where old and new media collide. New York, New York University Press.
- Johannessen, A., P. A. Tufte, et al. (2004). Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag. Oslo, Abstrakt forl.
- Jovchelovitch, S. (2007). Knowledge in context : representations, community and culture. London, Routledge.
- Karlsen, R. (2007). Campaign Communication and the Internet Party Strategy and Voter Use in the 2005 Norwegian Election Campaign. 4th ECPR General Conference. Pisa.
- Kavanaugh, A., B. Joon Kim, et al. (2008). "Net gains in political participation: secondary effects of internet on community." Information, Communication & Society **11**(7): 933-963.
- Krogstad, A. (2007). "En bok, en blogg og en blondine. Personlig politisk lederskap i nye medier." Sosiologisk Tidsskrift **15**: 195-225.
- Lenhart, A., M. Madden, et al. (2005). Teens and Technology: Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation. P. I. A. L. Project.
- Lidén, H. and G. Ødegård (2002). Ungt engasjement : ungdoms samfunnsengasjement og lokalpolitiske deltagelse. Oslo, Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring.
- Livingstone, S. (2002). Young people and new media childhood and the changing media environment. London, Sage.
- Livingstone, S. (2008). "Learning the lessons of research on youth participation and the Internet." Journal of Youth Studies **11**(5): 561-564.

- Livingstone, S. and T. Markham (2008). "The contribution of media consumption to civic participation." The British Journal of Sociology **59**(2).
- Livingstone, S. M., M. Bober, et al. (2005). "Active participation or just more information?" Information, Communication & Society **8**(3): 287-314.
- Lüders, M., L. Prøitz, et al. (u.å). "Emerging Personal Media Genres."
- Mbembe, A. (1992). "Provisional Notes on the Postcolony." Africa **62**(1): 3-37.
- Mikkelsen, R. and D. Fjeldstad (2003). Skole og demokratiopplæring. Ungdom, makt og mening. F. Engelstad and G. Ødegård. Oslo, Gyldendal.
- Moe, H. (2006). "Lidenskap som politikkens drivkraft. Et intervju med Chantal Mouffe." Norsk medietidsskrift **13**(2): 159-165.
- Montgomery, K. (2008). Youth and Digital Democracy: Intersections of Practice, Policy, and the Marketplace. Civic Life Online. W. L. Bennett. Cambridge, Mass., MIT Press.
- Mouffe, C. (1999). "Deliberative democracy or agonistic pluralism." Social Research **66**(3).
- Mouffe, C. (2000). The democratic paradox. New York, Verso.
- Norris, P. (2001). Digital divide : civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. Cambridge, Cambridge University Press.
- OECD (2004). OECD Information Technology Outlook: Use of ICTs by Individuals and Households. Paris, OECD.
- Pasek, J., K. Kenski, et al. (2006). "America's youth and community engagement: How use of mass media is related to civic activity and political awareness in 14-to 22-year-olds." Communication Research **33**: 115-135.
- Pateman, C. (1970). Participation and democratic theory. Cambridge, Cambridge University Press.
- Poster, M. (1995). "Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere." Hentet den 8/13/2008, fra www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democ.html.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone : the collapse and revival of American community. New York, Simon & Schuster.
- Qvortrup, J. (1995). Childhood in Europe: A new field of social research. Growing up in Europe: Contemporary horizons in childhood and youth studies. L. Chisholm, P. Buchner, H. Kruger and M. Bois-Reymond. New York, Walter de Gruyter: 7-21.
- Rasmussen, T. (2008). "The Internet and Differentiation in the Political Public Sphere." Nordicom Review **29**(2): 73-84.
- Rogstad, J. (2007). Demokratisk fellesskap : politisk inkludering og etnisk mobilisering. Oslo, Universitetsforl.
- Sandnes, T. (2007) Sosial og politisk deltaking: de fleste har en fortrolig venn. . Samfunnspeilet **Volume**, DOI:

- Sassi, S. (2001). The transformation of the public sphere. New Media and Politics. B. Axford and R. Huggins. London, Sage.
- Schudson, M. (2007). "Citizens, Consumers and the Good Society." The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science **611**(1).
- Shaheen, J. (2005). Redefining political attitudes and activism: A poll by Harvard's Institute of Politics. I. o. P. John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Harvard University.
- Skogerbø, E. and M. Winsvold (2008). Nettet som debattarena. Digitale Dilemmaer. G. Enli and E. Skogerbø.
- Smith, A. (2008). The internet and the 2008 election. P. I. A. L. Project. Washington D.C, Pew Internet & American Life Project.
- SSB (2008). Norsk Mediebarometer 2007. Oslo, Statistisk sentralbyrå.
- Storm-Mathisen, A. and J. Helle-Valle (2008). Media, identity and methodology: reflections on practice and discourse. Mediated crossroads: identity, youth culture and ethnicity - Theoretical and methodological challenges. I. Rydin and U. Sjöberg. Halmstad, Nordicom.
- Storsul, T., H. C. Arnseth, et al. (2008). Nye Nettfenomener. Staten og delekulturen, Instiutt for medier og kommunikasjon & Forsknings- og kompetansenettverk for IT i utdanning, UiO.
- Tate, N. E. and M. G. Wilson (2008). Citizen 2.0. rebooting America. Ideas for Redefining American Democracy for the Internet Age. A. Fine, M. L. Sifry, A. Rasiej and J. Levy. Personal Democracy Press.
- TNSGallup (2007). Forbruker og Media. Oslo, TNS Gallup.
- Tufte, P. A. (2005). Gjeldsordning som fortjent? En studie av oppfatninger om rettferdige levekår under gjeldsordningen. Oslo, Universitetet i Oslo. **Dr.polit.**
- Vestby, G. M. (2003). Medvirkning i skolen som byggestein i demokratiutviklingen? Ungdom, makt og mening. F. Engelstad and G. Ødegård. Oslo, Gyldendal.
- Vetlesen, A. J. (1996). Innledning. Vita Activa. H. Arendt. Oslo, Pax Forlag.
- Vinken, H. (2007). Changing life courses, citizenship, and new media: The impact of reflexive biographization. Young Citizens and New Media. Learning for Democratic Participation. P. Dahlgren. New York, Routledge.
- Ward, J. (2008). "The online citizen-consumer: addressing young people's political consumption through technology." Journal of Youth Studies **11**(5): 513-526.
- Wellman, B. and C. A. Haythornthwaite (2002). The Internet in everyday life. Oxford, Blackwell.
- Zackariasson, M. (2008). "Lust eller plikt? Motiv för politiskt engagemang bland utomparlamentarisk aktiva unga." Tidsskrift for ungdomsforskning **8**(1).

Aalberg, T. (2004). "Stimulert eller demobilisert? En kvantitativ undersøkelse av mediebruk og politisk engasjement." Norsk medietidsskrift(2).