

Ny rapport: Duckface/Stoneface – ungas onlineaktiviteter ur ett genusperspektiv

En av de tydligaste tendenserna i barns- och ungas medieanvändning är att tjejer använder sociala medier mer medan fler pojkar spelar datorspel. Den nya rapporten *Duckface/Stoneface – Sociala medier, onlinespel och bildkommunikation bland killar och tjejer i årskurs 4 och 7* från Statens medieråd visar att också spelandet är socialt och att det som sker i sociala medier också är ett socialt spel.

Studien *Duckface/Stoneface* undersöker centrala onlineaktiviteter bland 10- respektive 13-åringar ur ett genusperspektiv. Rapporten visar hur barnens liv online och offline flätas samman alltmer genom smarta mobiler och andra medieting. Den visar också att det genomgående finns mycket starka drag av isärhållande av könen både online och offline. Spel, sociala medier och bildkommunikation blir arenor för att tillägna sig genus genom ålders- och könsbunden socialisation. Ofta sker denna helt utan inblandning från vuxna.

I skolan talar man om vad någon har gjort på nätet, och det man gör på nätet refererar till det som sker i skolan. Om någon lagt upp en video, har en blogg eller varit alltför utmanande i en egobild blir det snabbt känt i den egna klassen.

– När killar eller tjejer tar varandras telefoner i skolan och tar oönskade bilder eller skriver textmeddelanden (skämtsamma eller ej) har det oftast att göra med det som pågår i skolan, och det blir något som måste hanteras också online, säger medieforskaren Michael Forsman som är författare till rapporten.

Genuskoder och värderingar är starka kring vad killar och tjejer förväntas göra också online. Inte minst gäller det hur pojkar och flickor framställer sig själva ur ett genusperspektiv. Bland annat gäller det i så kallade "selfies" Att göra en "duckface" är att pluta med munnen och göra sig tillgänglig för kameran, och det är en position för tjejer. För killar är idealet ett "stoneface". Då handlar det om att framstå som oberörd och samtidigt handlingskraftig.

– Det finns en stark medvetenhet om vilka bildkonventioner som är genuskodade som "killiga" respektive "tjejiga" både hos tioåringarna och hos trettonåringarna även om den är mer utvecklad hos de senare. I dessa åldrar framstår det som mycket viktigt att hålla isär könen, även på internet, konstaterar Michael Forsman.

Intervjuerna visar att det manliga görs till norm och att tjejerna förhåller sig urskuldande till "tjejiga" beteenden, t.ex. att uppdatera sin profilbild ofta och genom att kalla sig själva "mobilberoende". Att delta och synas är viktiga drivkrafter i medieanvändningen och den deltagande kommunikationen har ofta koppling till idoler och populärkultur. Rapporten visar också hur detta hänger ihop med olika mediehandlingar, som att följa, länka, sprida, titta och söka.

Studien bygger på ett omfattande intervjumaterial samt workshoppar gjorda bland elever i årskurs 4 och 7 i fyra stockholmsskolor. Detta är den första studien i sitt slag och resonemangen kopplas även till en diskussion kring medie- och informationskunnighet (MIK).

För frågor kring rapporten, vänligen kontakta Michael Forsman, docent i medie- och kommunikationsvetenskap vid Södertörns högskola och författare till rapporten, via e-post michael.forsman@sh.se eller telefon på 076-172 44 96. För övriga frågor, vänligen kontakta Martina Högberg, kommunikationsansvarig vid Statens medieråd: martina.hogberg@statensmedierad.se, 070-30 88 098.

På [Statens medieråds webbplats](#) finns rapporten i en [sammanfattning](#) och i sin [helhet](#).

Statens medieråd är en myndighet som har i uppdrag att stärka barn och unga som medvetna medieanvändare och skydda dem från skadlig mediepåverkan. Genom att öka deras medie- och informationskunnighet, MIK, ger vi dem verktyg att både göra sina röster hörda, kritiskt värdera information och att självständigt hantera de situationer som kan uppstå på nätet. Statens medieråd följer också medieutvecklingen och forskning kring barns och ungas mediesituation. Myndigheten ansvarar dessutom för att fastställa åldersgränser för biografifilm som ska visas för barn under 15 år.