

.....

*"Jeg elsker dig overalt på jorden", lyder det jævnligt på Arto.dk. Sådan taler de unge ikke til hinanden, når de mødes fysisk. Arto.dk udgør nemlig et digitalt rum med nogle særlige spilleregler for kommunikationen. Her kan de unge udtrykke sig autentisk og bekræfte hinanden.*

# Kærlighed og venskab på Arto.dk

Af Malene Charlotte Larsen

Som digitalt rum tilbyder Arto og andre mødesteder på internettet en helt særlig arena for børn og unges individuelle og sociale liv. Denne artikel tager udgangspunkt i en syv måneders virtuel etnografisk undersøgelse (Larsen, 2005) af hjemmesiden [www.arto.dk](http://www.arto.dk) foretaget fra februar til september 2005. Artiklen fokuserer på den identitetskonstruktion, som Arto som særligt digitalt rum muliggør blandt de unge brugere. Her konstruerer børn og unge nemlig ikke blot deres egen, men også hinandens identitet.

## Et mødested på internettet

Arto hører til i kategorien "social networking", og den bedste måde at forstå hjemmesiden er som et mødested på internettet. Størstedelen af de 600.000 brugere er mellem 12 og 18 år, og i modsætning til hvad mange tror, er det primære formål for de fleste brugere at kommunikere med deres eksisterende venner. Brugerne anvender nemlig hjemmesiden som en forlængelse af deres hverdag og til at holde deres venskaber

ved lige. Det sker især i form af korte, sms-lignende beskeder i hinandens gæstebøger. Oftest er der tale om en sød lille besked eller spørgsmålet "Hej, hvad laver du?" for at markere, at man stadig er venner.

Sekundært finder de unge også nye venner på Arto, hvilket sker ved at kigge på hinandens profiler. Hvis man finder en bruger, som man kunne tænke sig at være ven med, sender man en ansøgning om venskab til vedkommende, som så har mulighed for at acceptere eller afvise ansøgningen. Mange brugere har over 100 venner på deres liste, og det at være "Arto-venner" har således en anden betydning end et venskab i gængs forstand.

## Det sociale og det individuelle

Der er rigtig mange funktioner på Arto. De mest populære hører til blandt de sociale og kontaktskabende eller de personlige og profilerende. De sociale og kontaktskabende funktioner er dem,

**Om MIIN Taz <3'**

.. Skat'h du er helt igennem fantastisk, du er min bedste veninde, mit et og alt.. Elsker dig af hele mit hjerte<33' Du er der altid for mig når jeg har brug for en trøstende skulder eller bare en go' veninde<3' Det skal du virkelig vide jeg sætter pris på MIIN pige.. For det er du, MIIN pige og det vil du altid være.. Du er noget spicelt, noget man ALDRIG må tage for givet.. Du er nok en af de eneste jeg stoler 100% på, og det er en sære at være din veninde.. Jeg er der altid 116% for dig miin gangster ;] hehe.. Stol ALTID på det.. Jeg ved vi ikke har været så meget sammen her i sommerferien, og at jeg har været meget væk, og det jeg ked af for jeg har savnet (vores) tider skat.

Men håber bare de kommer igen, de tider hvor vi fyre den af og tager i byen..  
Jeg elsker dig overalt på jorden<3' MIIN pige, MIIN Taz 🍷  
-er mit et og alt.. <3'

[Besked til veninde i 16-årig piges profildekst, 21-08-05]

der muliggør kommunikation blandt brugerne, f.eks. gæstebogen, chatten, debatten eller klubsektionen. Den absolut mest brugte funktion er gæstebogen. Det hænger sammen med, at man via den hurtigt og nemt kan skrive en bekræftende besked. I modsætning til nogle af de andre medier, som de unge bruger til at kommunikere med de samme venner, f.eks. MSN Messenger eller mobilen, er der ved gæstebogen også et socialt element, eftersom de andre brugere kan se beskederne.

De personlige og profilerende funktioner er dem, brugerne anvender for at vise, hvem de er. Blandt dem bliver især profilen og billedgalleriet brugt, men til denne kategori hører også bloggen, humorindikatoren, opslagstavlen eller sms'er, som man kan sende til forsiden for at "reklamere" for sig selv.

De sociale og kontaktskabende samt de personlige og profilerende funktioner bliver især brugt, når de unge fremstiller sig selv og hinanden. Således er der et skisma mellem det sociale og det individuelle på Arto. Venskab og identitet er centrale begreber, og som vi skal se, spiller vennerne fra det fysiske nærmiljø en central rolle i den enkelte Arto-brugers identitetskonstruktion.

### "Elsker dig af hele mit hjerte"

At en stor del af kommunikationen på Arto er centreret omkring de venner, man har i forvejen, ses især i de unges profildekster. En profildekst fungerer lidt som en personlig hjemmeside, hvor den enkelte bruger kan vise og fortælle, hvem han eller hun er. Dog bruger de unge ikke altid pro-

filteksterne til det formål. Frem for at skrive om sig selv, skriver de ofte om deres venner i stedet. Og her er de unges sprog i høj grad præget af en kærlighedsdiskurs. Det er de helt store følelser, der bliver givet udtryk for i profildeksterne, når de unge omtaler deres venner eller kærester.

Her ses det eksempelvis i figuren ovenfor, hvordan en 16-årig pige har valgt at udforme sin profildekst som en besked til sin jævnaldrende veninde.

Beskeden er typisk for den måde, de unge – især pigerne – skriver om deres bedste venner eller veninder. Omdrejningspunktet er ofte, at de har brug for og ikke kan undvære hinanden.

Nogle voksne vil mene, at denne form for sprogbrug er alt for overdreven – og man kan da også se en vis afsmittning fra amerikanske ungdomsserier såsom "Venner" eller "Beverly Hills 90210", hvor den storslåede kærlighedsdiskurs kunne være adopteret fra. Men når man spørger de unge selv, giver de udtryk for, at det er dejligt at få disse beskeder fra vennerne. "Det er godt at se, hvad andre synes om en. Altså, jeg er glad for, at nogen skriver om mig i deres profiler. Det viser også meget vores følelser.", som 15-årige Sofie udtrykker det.

Og her spiller mediet en afgørende betydning. De unge siger nemlig ikke sådanne ting til hinanden, når de mødes fysisk. Med Arto har de fundet et rum til at udtrykke sig autentisk og blive bekræftet af hinanden. Bekræftelsen går både på venskabet; det sociale, og på den enkelte bruger; det individuelle. Gennem dyrkelsen af de nære re-

lationer får de unge bekræftet, at de er noget; at der er nogen, der har brug for dem, og at de betyder noget. Så når en bruger får positiv omtale fra andre brugere via profilletekster, gæstebøger, blogs osv., er det med til at skabe en følelse af selvtilid, som kan være nok så vigtig i ungdomsårene.

### Blåstempling fra vennerne

For de unge er der også en utrolig stor profileringsværdi i at blive omtalt i en anden brugers profilletekst, og det er ikke tilfældigt, at de rosede omtaler ligger på forsiden af profilerne og ikke gemt væk i gæstebøger, MSN- eller SMS-samtaler, som de unge også benytter sig af. På Arto bruger de nemlig hinanden til at profilere sig. I forlængelse heraf er det blevet meget populært, at man får en bedste ven eller veninde til at designe sin profilletekst. Man overlader det altså til en anden at beskrive og afbilde én selv.

I og med kommunikationen mellem de eksisterende venner er præget af en kærlighedsdiskurs, er det heller ikke så "farligt" at spørge sin bedste ven, veninde eller kæreste, om vedkommende vil designe profilleteksten. Brugerne kan være næsten sikre på, at de fremstilles positivt, hvilket er vigtigt, når de skal profilere sig selv og finde nye venner via hjemmesiden. På den måde kommer de rosede omtaler til at virke som testimonials – en slags blåstempling fra vennerne på, at man er god nok og værd at kommunikere med.

Tilsvarende vælger nogle brugere selv at sætte beskeder fra "dem, der betyder noget" ind i deres profilletekst, som denne 16-årige pige har gjort i figuren nedenfor.

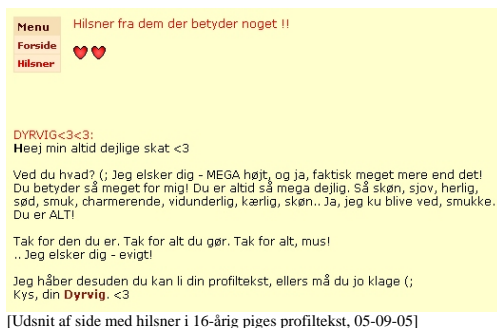
I disse tilfælde er det brugerne selv, der klipper beskeder fra deres gæstebog ind i profilleteksten, og nogle brugere efterlyser ligefrem beskeder fra vennerne, som de kan sætte ind. Formålet er, at andre brugere skal se de rosede beskeder. I den forbindelse er det interessant, at det er brugerne selv, der udvælger de beskeder, de sætter ind som hilsner fra vennerne. På den måde har de mulighed for at udvælge de beskeder, som reflekterer mest positivt tilbage på dem selv. Uden at de selv står som afsender af budskabet og dermed kunne blive opfattet som selvglade.

Dette minder om den måde, som billedgallerierne på Arto bliver brugt. Her har brugerne mulighed for at uploade et billede af sig selv, som de andre brugere kan kommentere. Ofte efterspørger de unge meget aktivt disse kommentarer ved at skrive i vennernes gæstebøger eller ved at sende sms'er til Artos forside (figur næste side).

De unge har næsten altid held med at få positive kommentarer på deres billeder. Pigerne får oftest at vide, at de er smukke, mens drengene får mærkatet "lækker". At efterspørge disse kommentarer er selvfølgelig i høj grad forbundet med, at de unge søger bekræftelse. Men også her bruger de hinanden til at profilere sig og fremstå i et positivt lys.

### Vennerne som medkonstruktører

På samme måde som de unge ikke selv skriver i billedgallerierne, at de er smukke eller lækre, skriver de heller ikke selv, at de er en god ven, og at deres venner elsker dem. En Arto-bruger



## SMS FRA:

Keder mig piger, skriv i gb, og i m& meget gerne ligge en kommentar i mit galleri. :)



## SMS FRA:

giv en kommentar i mit billed galleri! de er mega frække! kyss mille!



[Sms' er fra 13-årig dreng og 15-årig pige, 22-06-05 og 09-08-05]

kunne aldrig selv finde på at skrive ”Jeg er så skøn, sjov, herlig, sød, smuk, charmerende, vidunderlig, kærlig, skøn...”. Det lader man i stedet vennerne om at skrive, eller man viser det ved hjælp af de hilsner eller kommentarer, man har fået fra vennerne. På den måde fungerer vennerne som medkonstruktører af den enkelte Arto-brugers identitet.

Når en bruger bevidst udvælger positive hilsner fra venner og sætter dem i sin profiltekst, iscenesætter vedkommende andres iscenesættelse af sig selv. At snakke om ”unges selvscenesættelse” får derfor en helt ny betydning på Arto. Her er der måske snarere tale om, at de unge iscenesætter hinanden. Deres identitetskonstruktion går i hvert fald på mange måder igennem hinanden og konstrueres i det sociale samspil.

## Et særligt digitalt rum

Målgruppen for denne form for iscenesættelse er bl.a. de andre brugere på Arto; de nye potentielle venner. På den måde bliver de eksisterende venskaber på Arto også brugt til at danne nye venskaber. Ofte hopper brugerne fra profil til profil for at se, hvem det kunne være interessant at være ven med. De læser hinandens beskrivelser og – som de selv udtrykker det – ”stjæler” venner fra hinanden. Det er helt ok. Ja, det ligger ligefrem i konceptet.

Dermed har Arto åbnet et særligt digitalt rum for unges venskabsdannelse og identitetskonstruktion, som ikke findes tilsvarende i de unges offline-liv.

## In Real Life

Det er netop kombinationen af online og offline, der gør Arto så populært, og det er tydeligt at se, at brugen af hjemmesiden hænger sammen med de fysiske rum, som de unge befinder sig i. Dette ses både i kommunikationen, som ofte ta-

ger udgangspunkt i hverdagen, og i opretholdelsen og dyrkelsen af de eksisterende venskaber.

Når man taler med de unge, giver de også selv udtryk for, at brugen af hjemmesiden har en stor betydning i relation til det fysiske hverdagsliv. De fleste unge, der får stillet spørgsmålet ”Hvad betyder Arto for dig?”, vælger at svare ved at nævne deres venner, som følgende er eksempler på:

- ”Det er jo næsten mit liv... jeg har jo en masse venner...” (Pige, 14 år)
- ”Hm, jeg kan komme i kontakt med mine venner. og finde nye venner.” (Pige, 14 år).
- ”at jeg har meget mere kontakt med mine venner... også når vi er sammen... for så snakker man måske om noget der er sket her inde...” (Pige, 15 år)
- ”at jeg Ikke Kommer til at midste Nogle af Mine irl venner!” (Dreng, 17 år)
- ”svært at forklare , Har faktisk skrevet med nogle herinde , som jeg er rigtig gode venner med idaa ..” (Pige, 15 år) (Larsen, 2005)

Som citaterne viser, at er de unge meget bevidste om ”det virkelige liv”. Bl.a. fremhæver de, at hjemmesiden har stor betydning i forhold til deres ”IRL-venner”. IRL står for ”In Real Life”.

Således er der i høj grad et samspil mellem det digitale og det fysiske rum – og Arto ville sandsynligvis ikke være så populær uden REAL LIFE.

*Malene Charlotte Larsen er cand.mag. Ph.d.-stipendiat på Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet*

## Litteratur

Larsen, Malene Charlotte (2005): Ungdom, venskab og identitet - en etnografisk undersøgelse af unges brug af hjemmesiden Arto, Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet.

- Kan downloades på: <http://malene1.wordpress.com>.