



Institutionen för individ och samhälle
Socialpedagogiska programmet
SOP 10, Campus

“Hela vårans uppväxt har liksom blivit offentlig”

En kvalitativ studie kring hur en grupp gymnasieelever ser på sitt eget och andras identitetsskapande i förhållande till media.

“All of our upbringing has kind of become public”

A qualitative study on how a group of high school students views their own and others construction of identity in relation to media.

Elisabeth Lindberg & Emelie Bokdalen

Examensarbete i Socialt arbete, 15hp
Handledare: Åsa Andersson
Examinator: Stellan Vinthagen
Vårterminen 2013

Tack!

Tack till tjejerna och killarna som valde att medverka i vår studie och därmed också gjorde uppsatsen möjlig att genomföra.

Vi vill också ge ett stort tack till vår handledare Åsa Andersson som genom sin handledning gett oss stöd, tips och många råd vilket hjälpt oss i genomförandet av denna uppsats.

Slutligen vill vi även rikta ett tack till de lärare på gymnasieskolan som vi befann oss på för deras hjälp i att finna salar och klasser att besöka.

Sammanfattning

Titel: “Hela våran uppväxt har liksom blivit offentlig” - En kvalitativ studie kring hur en grupp gymnasieelever ser på identitetsskapande i förhållande till media.

Författare: Elisabeth Lindberg & Emelie Bokdalen.

Nivå: Kandidatuppsats 15 hp.

Ämne: Socialt arbete.

Program: Socialpedagogiska programmet 180 hp, Högskolan Väst.

Termin: Vårterminen 2013.

Handledare: Åsa Andersson.

Syfte: Syftet med denna studie är att undersöka hur en grupp gymnasieelever ser på sitt eget och andras identitetsskapande i förhållande till media.

Frågeställningar:

- Vilken inverkan anser deltagarna att media har på deras sociala kön och kroppsuppfattning?
- Ser deltagarna någon skillnad på hur killar och tjejer förhåller sig till media i sitt identitetsskapande?
- Vad anser deltagarna att de normer och ideal som media förmedlar innebär för deras identitetsskapande?

Sammanfattning:

Vår datainsamlingsmetod har bestått av två kvalitativa gruppintervjuer som genomförts på gymnasieskolor med deltagare som går sitt tredje år. Vid analysen av den insamlade empirin har vår teoretiska utgångspunkt varit Socialkonstruktionism och fenomenologin vår förståelsegrund. Vid analysen har vi använt oss utav IPA – metoden. Viktiga begrepp har varit identitetsskapande, socialt kön, kroppsuppfattning, självkänsla och media.

Vi ville få reda på hur en grupp gymnasieelever ser på sitt och andras identitetsskapande i förhållande till media. Detta resultat presenteras i tio teman under rubrikerna; Tillgänglighetens dilemma, Att ha distans, Vem skall man lyssna på?, Säger en bild mer än tusen ord?, Att sätta kön på en egenskap, Att vara tjej - ett kravfyllt uppdrag, Att bli medveten om sin kropp, Overklig verklighet, Bekräftelse - att få “likes” och Att överträffa sig själv. Det vi fann var att deltagarna ansåg att media, och där i främst den sociala median, var med och påverkade identitetsskapandet ur flera aspekter. Vi fann att deltagarna ansåg att de sociala medierna används delvis för att spegla sin egen identitet i andras, då de talade om att identiteten skapas socialt. Det framkom från deltagarna att de ansåg individer oftast endast visar de positiva sidorna av livet på de sociala medierna, vilket resulterar i en press att alltid överträffa sig själv och andra.

Nyckelord: Identitet, media, kroppsuppfattning, socialt kön, ideal, norm, ungdomar.

Abstract

Title: “All of our upbringing has kind of become public”- A qualitative study on how a group of high school students views their own and others construction of identity in relation to media.

Authors: Elisabeth Lindberg & Emelie Bokdalen.

Level: Bachelors Thesis 15 Higher Education Credits.

Subject: Social work.

Program: Program in Social pedagogy, 180 Higher Education Credits, University West.

Term: Spring term 2013.

Supervisor: Åsa Andersson.

Purpose: The purpose of this study is to explore how a group of high school students view their own and other people’s identity construction in relation to media.

Problem statements:

- What kind of impact does the youth consider that media has on their social sex and body image?
- Does the youth see any difference between how guys and girls relate to media in their identity construction?
- What impact does the youth consider that the norms and ideals that media conveys have on their identity construction?

Summary:

Our datacollection method consisted of two qualitative group interviews conducted in high schools with participants who are completing their third year. Socialconstructionism has been our theoretical starting point in the analysis of the empirical data together with phenomenology as a basis of understanding. When analyzing the material we used the IPA method. Key words have been identity construction, social sex, body image, self-esteem and media.

We wanted to know how a group of high school students views their and other people’s identity construction in relation to media. This result was presented in ten themes with the headlines; The accessibility’s dilemma, To be distant, Who should you listen to?, Does a picture say more than a thousand words?, To put gender on an attribute, To be a girl - a demanding mission, To become conscious about your body, Unreal reality, Affirmation - to get “likes” and To exceed yourself. What we found was that the participants felt that media, and foremost social media, had an influence on their identity construction from several aspects. We found that the participants considered that social media is used partly for reflecting your own identity in other people, since they talked about the identity as socially constructed. It emerged from the participants that they considered that individuals usually only show the positive sides of life on social media, that resulting in a pressure to always surpass oneself and others.

Keywords: Identity, media, body image, social sex, ideal, norm, youth.

Innehållsförteckning

1. Inledning, problemformulering & syfte	6
1.1 Inledning & problemformulering	6
1.2 Syfte	8
2. Förförståelse.....	9
3. Tidigare forskning.....	11
3.1 Sociala medier, identitet & kroppsuppfattning	11
3.2 Medieanvändning i Sverige.....	15
3.3 Slutsats från tidigare forskning	16
4. Teoretiska perspektiv och begrepp	18
4.1 Teoretiskt perspektiv	18
4.1.1 Socialkonstruktionism	18
4.2 Begrepp	19
4.2.1 Identitet-/identitetskapande	19
4.2.1.1 Könsidentitet/socialt kön	21
4.2.1.2 Kroppsuppfattning & självkänsla	23
4.2.2 Media	24
4.3 Slutsatser utav teori	25
5. Metod	27
5.1 Avgränsningar i studien	27
5.2 Forskningsansats: Kvalitativ metod	27
5.3 Datainsamlingsmetod	28
5.4 Förståelsegrund: Fenomenologi & hermeneutik	30
5.5 Analysmetod.....	31
5.6 Reliabilitet, validitet och generaliserbarhet.....	33
5.7 Urval & avgränsningar	35
5.8 Etiska reflektioner	37
6. Resultat & analys	40
6.1 Tillgänglighetens dilemma.....	40
6.2 Att ha distans.....	43
6.3 Vem skall man lyssna på?	46

6.4	Säger en bild mer än tusen ord?	47
6.5	Att sätta kön på en egenskap	49
6.6	Att vara tjej - ett kravfyllt uppdrag.....	51
6.7	Att bli medveten om sin kropp.....	53
6.8	Overklig verklighet	55
6.9	Bekräftelse - Att få "likes"	58
6.10	Att överträffa sig själv.....	61
7.	Slutdiskussion	64
7.1	Sammanfattande tankar	64
7.2	Styrkor med studien & förslag på framtida forskning.....	67
8.	Referenslista:.....	68
8.1	Tryckta källor:	68
8.2	Elektroniska källor:	70
9.	Bilagor:	71
9.1	Intervjuguide	71
9.2	Informations- och samtyckesbrev	72
9.3	Arbetsfördelning.....	73

1. Inledning, problemformulering & syfte

I kommande stycke kommer vi att inleda med en presentation av ämnet och varför ämnet som vi skall studera är intressant för oss och relevant för det socialpedagogiska verksamhetsfältet. Därefter kommer vårt syfte och våra frågeställningar att presenteras tillsammans med en kort förklaring varför vi valt våra teoretiska begrepp och kortfattat vad dessa begrepp betyder för oss i denna studie.

1.1 Inledning & problemformulering

Media i olika former har länge varit en del av människors vardagsliv. I dagens läge är tekniken välutvecklad och vida utbredd, den är därmed en stor del av samhället. Lalander & Johansson (2012, s.12) talar i boken Ungdomsgrupper i teori och praktik om en globalisering genom tekniken, vilken bidrar till att samhället är i ständig och snabb förändring. Människor har tillgång till ett ständigt informationsflöde genom till exempel mobiltelefoner, datorer, TV, tidningar och reklamskyltning. Ungdomar befinner sig i en fas mellan att vara barn och vuxen. Det är en tid av förändring och frigörelse då yttre faktorer som vänner och populärkulturella objekt enligt Lalander & Johansson (2012, s.14) kan ha en stor påverkan. Denna förändring som ungdomarna befinner sig i kan enligt Madsen (2006, s. 76) föra med sig en ökad risk för social exklusion, då förändring ofta innebär att man förlorar tillhörighetsförhållanden. Då ungdomen bryter upp från barndomen för att gå in i vuxenlivet innebär detta ett förändrat livsmönster som kan komma att påverka deras framtid både negativt och positivt, det vill säga befinner sig ungdomar i riskzonen för marginalisering. Att som ung inte veta vem som är värd att lyssna på, gör den yttre påverkan från media, där många olika röster blir hörda, en möjlighet till både positiva och negativa konsekvenser för den som väljer att lyssna. Därmed anser vi att ungdomar är se som extra utsatta, i och med sin pågående förändring och frigörelse, som kan påverkas i flera olika riktningar av den media som ungdomar kan komma i kontakt med.

Socialpedagogikens verksamhetsfält berör de individer och därmed de ungdomar som befinner sig i zonen mellan inklusion och marginalisering (Madsen 2006, s.66). Att studera ungdomars identitetsskapande bör därför anses som relevant för socialpedagogiken, detta i ett samhälle som är i förändring och där media får allt större plats. Vi tror att vår studie kan bidra till en större kännedom kring ungdomars tankar kring media och däri medias plats i

ungdomars identitetsskapande. Med en större inblick i identitetsskapandet finns en möjlighet för socialpedagoger att förebygga och bemöta svårigheter som mediasamhället möjligen kan föra med sig. Vilka svårigheter som kan komma att uppstå som konsekvens utav den kontakt som individer har med media kan vi som författare till denna studie inte ta ställning till, varken nu innan den genomförts, eller efteråt. Vi tror nämligen att dessa svårigheter, om dessa finns, är individ- och situationsbundna. Vad vi dock tror utifrån våra egna erfarenheter är att framförallt reklam för kläder kan bidra till en låg självbild och självkänsla då dessa sällan representerar människor med en annan kroppsform än väldigt smal. Vi tror också att vi själva har blivit påverkade av media, framför allt i form av filmer och tidningar i skapandet av oss som tjejer. Detta är något som stöds utav studien som gjordes av Hargreaves & Tiggemann (2004), där deltagarna uppvisade ett stort missnöje över framförallt sina kroppar efter att ha varit kontakt med media. Det vi tror är att socialpedagoger skulle kunna stötta ungdomar genom att visa på alternativa sätt att se ut och vara på än de stereotypa sätt som vi anser förmedlas genom media. Att hjälpa ungdomar hitta en arena där det är okej att vara den de är och att alla människor, enligt vår föreställning, i slutändan är unika och perfekta på sitt eget sätt. Att skapa en sådan plats och uppmuntra ungdomar till att inte försöka vara någon annan än dem mår bra att vara, tror vi kan skapa möjligheter till ett allt större välmående bland ungdomar, än det som redan existerar.

Frågan som vi ställde oss i början av vår process var, kan media påverka ungdomar? Detta fördjupades sedan till om media kanske kan påverka deras identitetsskapande. Vi blev därefter nyfikna på hur ungdomarna själva ser på sitt egna och andras identitetsskapande i relation till media. Vi letade ganska snart upp studier kring hur mediekonsumtionen såg ut och resultaten vi tog del av visade att ungdomar och unga vuxna är den grupp som konsumerar mest media och däri speciellt sociala medier (Nordicom). Detta är väl utbrett bland alla åldersgrupper och det är något de dagligen kommer i kontakt med, speciellt via internet och mobilen, detta kommer vi ta upp mer under tidigare forskning. Inom forskning fann vi studier kring identitetsskapande för sig och media för sig, men det var tunt om tidigare studier som behandlade de båda i kombination, vilket var just det som vi fann intressant. För att besvara vårt syfte och våra frågeställningar kommer vi använda oss av teorier inom det socialkonstruktionistiska perspektivet.

1.2 Syfte

Eftersom identitet är ett så stort begrepp har vi valt att avgränsa oss till några delar.

Kroppsuppfattning handlar om hur individen ser på sin egen kropp och hur den tror att andra ser på den (Frisén 2006, s.24). Vi kände att det därför var relevant område att undersöka med tanke på all den media som tenderar att presentera kroppar utav en viss sorts kroppstyp. Det sociala könet handlar inte om individen biologiska kön, utan dess inre känsla av kön, yttre framtoning och hur det konstrueras socialt. Socialt kön är att se som en social överenskommelse mellan människor om hur dessa skall se ut och bete sig för att tillhöra ett visst kön (Smedler & Drake 2006, s. 54-55). Det kändes som ett relevant område då det nästan inte går en dag utan att vi hör någon diskutera vad som är "tjejigt" och "killigt", såväl på stan som i artiklar i tidningarna. Vi fann också ett intresse i de övriga normer och ideal som media förmedlar. Vi valde dock att låta deltagarna själva definiera dessa, och delge om dessa normer och ideal påverkar dem och i så fall hur.

Syftet med denna studie är att undersöka hur en grupp gymnasieelever ser på sitt eget och andras identitetsskapande i förhållande till media.

1. Vilken inverkan anser deltagarna att media har på deras sociala kön och kroppsuppfattning?
2. Ser deltagarna någon skillnad på hur killar och tjejer förhåller sig till media i sitt identitetsskapande?
3. Vad anser deltagarna att de normer och ideal som media förmedlar innebär för deras identitetsskapande?

2. Förförståelse

Förförståelse står för de bakomliggande tankar, upplevelser och den kunskap som forskaren har med sig in i tolkningen av en text, i detta fall vårt intervjumaterial. Gadamer (1960, se Kvale & Brinkmann 2009, s.67) skriver om förförståelsen som ett villkor för att kunna uppfatta innebörden av texter. Förförståelse står för de bakomliggande tankar, upplevelser och den kunskap som forskaren har med sig in i tolkningen av en text, i detta fall vårt intervjumaterial. Detta färgar vilket sätt vi som individer uppfattar andra människors handlingar och hur vi kommer att tolka en text (Schwandt 2000:201, se Kvale & Brinkmann 2009, s. 67). För oss betyder att vi kommer att ha vår förståelsegrund i åtanke när vi tolkar den empiri som vi kommer att få ut från våra gruppintervjuer, och kommer att finnas med när vi analyserar dessa uttalanden. Vår förståelse som kandidatsuppsatsförfattare ligger bland annat i att det inte var mer än ett halvt decennium sedan vi själva var gymnasieungdomar. Vi minns den perioden och de tankegångar som den tiden förde med sig för oss. Dock är vi som individer olika, och har med oss delvis olika erfarenheter från gymnasiet.

En gemensam nämnare för oss är den utbildning som det Socialpedagogiska programmet på högskolan Väst har gett oss och däri den kunskap som vi har med oss kring ungdomars uppväxtvillkor i dagens samhälle. Även om det inte är många år sedan vi lämnade gymnasiet har förhållandena förändrats. När vi gick i gymnasiet fanns ju TV, tidningar och internet. Facebook hade precis trätt in som en ny arena för oss och våra vänner, men har sedan dess blivit en alltmer viktig komponent och arena som individer möter. Inträdet av Smartphones har bidragit till en större tillgänglighet och ett närmare förhållande mellan individer och media då smartphonen alltid finns nära tillhands. Det är lätt att delta i bloggvärlden, ta del av reklam, och delge omvärlden sitt liv genom sociala medier som Facebook, Instagram, Vine och Twitter. Vår förförståelse kring identitet och media bidrog till att vi valde att undersöka detta ämne då dessa är något som vi själva reflekterat över genom åren.

Att media tar en sådan stor plats i dagens samhälle bidrog till intressefaktorn och vi tror att många unga människor, men även vuxna, mår dåligt på grund av pressen att vara perfekt som vi anser att media förmedlar. Vi var intresserade av att se i vilken utsträckning dagens media påverkar ungdomar identitetskapande och självförtroende. Därför valde vi att undersöka hur

en grupp ungdomar ser på och tänker kring hur media kan påverka deras identitetskapande. Vi har fått höra av våra vänner och bekanta hur olika medier påverkat dem i deras utveckling och hur detta har internaliserats till att bli en del av dem själva och påverkat saker som till exempel självförtroendet. Vi har säkerligen blivit påverkade en hel del själva och just därför är det intressant att undersöka hur deltagarna som är ungdomar, själva ser på den påverkan media har på deras eget identitetskapande. Vi är medvetna om vår förförståelse och att den kan påverka den analys som vi skall göra. Genom att synliggöra förförståelsen i detta stycke hoppas vi kunna reducera risken för snedvriden tolkning.

3. Tidigare forskning

Här kommer vi presentera den tidigare forskningen som vi finner relevant för det område som vi valt att undersöka. Vi har sökt efter forskning främst genom Primo och Libris. Vi använde oss av sökord som till exempel: identitet, media, adolescens, ungdom, youth, identity, tonår, identitetskapande, social konstruktion och socialkonstruktionism. Vi kombinerade dessa på olika sätt och fick på så sätt fram en hel del tidigare forskning inom området. Det som vi hittade som vi ansåg hade en koppling till detta är inte exakt inom det område vi undersöker, men det ligger angränsande och därför anser vi det vara relevant att ta upp här. Vi tar upp delvis internationell forskning i delen ”Sociala medier, identitet & kroppsuppfattning” och sedan nationell forskning under rubriken ”Medieanvändning i Sverige”.

3.1 Sociala medier, identitet & kroppsuppfattning

Den första studien vi presenterar här är gjord av Fatimah Awan och David Gauntlett och heter ”Young people’s uses and understandings of online social networks in their everyday life”.

Denna studie handlar om sociala medier som Facebook, Myspace, Bebo, men även chattprogram som till exempel Windows live messenger (MSN) (Awan & Gauntlett 2013). Studien gjordes i England och innehöll ungdomar från åldern 14-15. Denna sorts medier och sociala nätverk har blivit väldigt populärt bland ungdomar, då de möjliggör för individer att konstruera personliga profiler på dessa sajter. Genom profiler kan personen uttrycka sina intressen, attityder kring olika saker och även ladda upp bilder, videos och musik. Det går även att chatta i realtid med andra människor på dessa nätverk. Det har sagts att internet har varit frigörande för dagens ungdomar, då det ger ställen och tillfällen att uttrycka sig själv på, vara kreativ samtidigt som man lär sig olika saker. Dock så har oro uppstått på grund av risken som ungdomar utsätts för när de vistas mer och mer online (Awan & Gauntlett 2013). Resultaten visar att de flesta av dessa sociala nätverk användes för att hålla kontakt och även förbättra förhållandet med vänner och familj och inte för att skapa nya kontakter. Vid samtal online via dessa nätverk så visar deltagarna i denna studie att det är lätt att missuppfatta varandra men att användandet av till exempel smiley-symboler vid chatt minskar denna risk för missförstånd och att de därför tycker om att använda nätverken i stor utsträckning. Chatt på dessa nätverk föredras vissa gånger då ungdomarna i studien menar att de kan tala om

känsliga och jobbiga ämnen samtidigt som de kan känna att de är i en säker miljö, samtidigt som de slipper ta ansikte-mot-ansikte konversationer om de inte vill det (Awan & Gauntlett 2013). Denna studie finner vi relevant för våran uppsats då den belyser olika sorts användande av sociala medier bland ungdomar och hur Internet kan användas för att uttrycka sig, samt hålla kontakt med vänner. De tar upp både negativa och positiva aspekter av användandet av sociala medier. Då socialkonstruktionistiska perspektivet ser att identitet formas socialt är även Internet och de sociala medierna här en del av formandet. Detta ger stöd åt vårt syfte där vill ha reda på hur några gymnasieelever ser på sitt och andras identitetsskapande i förhållande till media, då den sociala interaktion på Internet kan ses som en del i skapandet. Dock visade det sig att detta sätt att interagera på de sociala medierna inte var det främsta ämnet vid diskussionerna.

Den andra studien är en avhandling skriven av Lena Adamson och heter *Like circles on the water: A Study of Adolescent Identity*. Avhandlingen är baserad på tre studier som författaren gjort. Första studien heter "Self-concept and questions of life: Identity development during late adolescence". Den andra heter "Adolescent identity - a qualitative approach: Self-concept, existential questions and adult contacts. Den tredje studien heter "Identity: A developmental study of adolescents' selfconcept." Författaren börjar sin avhandling med att beskriva att avhandlingens alla delar och studier behandlar ungdomar och deras existentiella frågor, deras kontakt med vuxna och deras självuppfattning. Identitetsutveckling i denna avhandling ses som en process mellan individen och dennes sociokulturella kontext. Författaren beskriver begreppet identitet som något komplext och svårfångat att studera. Adamson (1999, s.19-21) tolkar Eriksons teorier kring identitetsskapande bland ungdomar och Marcias utveckling av hans teori. Adamsson beskriver hur Erikson bryter upp identitetsskapandet i stadier vars mellanrum består utav kriser som måste lösas innan individen kan gå vidare in i nästa identitetsfas. På så sätt så är utvecklingen en växling mellan spänning och lösning och varje gång en individ går igenom och löser en sån kris så byggs en särskild egenskap in i identiteten. Adamson tar även upp att Erikson talar om personlig identitet som refererar till känslan av kontinuitet genom tiden och att individen känner sig likadan, samtidigt som att andra människor också ser detta i individen. Det andra är ego-identiteten som är kopplad till de kulturella omgivningarna kring individen. Adamson (1999,

s.29) beskriver identitets utveckling som en process och kommunikation mellan individen och dess omgivning. Barnet påbörjar sin identitetsprocess genom interaktionen med föräldrarna eller vem det är som har omsorg om barnet, för att sedan under ungdomen mer handla om den socio-kulturella kontexten. Denna process pågår genom hela livet, men är förhöjd under ungdomsåren.

De tre områden som undersöktes i Adamsons (1999, s.54) avhandling var ungdomens självuppfattning, ungdomens existentiella frågor och ungdomens kontakt med vuxna, dessa beskrivs sedan av författaren i resultaten. Adamson (1999, s.61) beskriver sitt resultat inom dessa tre områden som att en större del av ungdomar har en positiv bild av sig själv, men att utvärdera sig själv inte är en sak som ungdomarnas typiskt håller på med. Många ungdomar försöker istället hitta svar på vilka de är i relation till andra människor. Existentiella frågor under utvecklingsperioden handlar om individens egna framtid. När det sedan kommer till vuxenkontakten, kände många av ungdomarna att de behövde vuxna människor i sina liv, eftersom de vuxna har kunskap och erfarenheter som kan hjälpa ungdomarna på många sätt. Denna kontakt mellan den unga och den vuxna anser författaren är viktig för ungdomens kunskap om sig själv och dess identitetsprocess. Dock så säger många unga att de nästan inte har någon kontakt med vuxna utanför familjen (Adamson 1999, s.62). Vi anser att Adamsons avhandling är intressant för oss eftersom den berör ungdomars identitetsprocess och vad det är som skapar identiteten. Den studerar både killar och tjejer, många andra avhandlingar vi sett handlar endast om antingen eller, men väldigt sällan båda. Eftersom vi sedan har valt att utgå från socialkonstruktionism så kan Adamsons avhandling vara intressant för vårt syfte på så sätt att hon ser identitetsskapandet som något som sker i samband mellan individen och omgivningen.

Den tredje studien är en studie, den är utförd och skriven av Christine Knauss, Susan J. Paxton och Françoise D. Alsaker. Studien heter "Body dissatisfaction in adolescent boy and girls: Objectified body consciousness, internalization of the media body ideal and perceived pressure from media." I introduktionen skriver författarna om att känna missnöje med sin kropp är något som är ett bekymmer bland unga killar och tjejer. De säger att tjejer tänker mer på sin kropp än vad killar gör (Knauss m.fl. 2008, s.633). Det första syftet med deras studie

var att testa om den objektifierade kroppsuppfattningens två delar; att skämmas för sin kropp och att ha kontroll över sin kropp, bidrar till att förklara de generella skillnaderna inom kroppsmisshöje. Det andra syftet var att bidra till en mer detaljerad förståelse för kroppsmisshöje bland schweiziska ungdomar, genom att testa en teoretisk modell som beskriver hur internalisering av kroppsideal från media och pressen från media kan associeras med ungdomars kroppsmisshöje (Knauss m.fl. 2008. s.633).

Objektifierad kroppsmidvetenhet är ett begrepp som blivit föreslaget för att förklara varför kvinnor tenderar att vara mer misshöjda med sina kroppar än vad män är (Knauss m.fl. 2008, s.634). Eftersom det är mer troligt att kvinnor lär sig se sin kropp från en utomstående perspektiv, och det är detta perspektiv som kallas för "objektifierad kroppsmidvetenhet" (Knauss m.fl. 2008 s.634). Författarna presenterar två teorier som är baserade på det socialkonstruktionistiska perspektivet. Dessa är objektifieringsteorin, skapad av Fredrickson och Roberts. Och den objektifierande kroppsmidvetenhets-konstruktionen som är skapad av McKinley och Hydes. Båda teorierna antar att kvinnokroppen jämfört med mannens kropp, har en större trolighet att bli objektifierad och utvärderad av andra, på grund av objektifieringen av kroppen som kvinnor utsätts för i större utsträckning (Knauss m.fl. 2008 s.634). Resultaten av deras studie visar på att tjejer har ett betydligt högre kroppsmisshöje än killar. Tjejerna visade också en större kroppsmidvetenhet än vad killarna gjorde i studien. Denna studie kan vara användbar för vår kandidatuppsats eftersom studien utgår från ett socialkonstruktionistiskt perspektiv och även hanterar ungdomar, kroppsuppfattning, kroppsideal och hur media kan påverka detta, vilket har stor relevans med vårt syfte och frågeställningar.

Den fjärde artikeln är en studie som är skriven av Duane A. Hargreaves och Marika Tiggemann. Studien heter "Idealized media images and adolescent body image: "comparing" boys and girls.". De börjar artikeln med att beskriva att misshöje över sin kropp är vanligt bland kvinnor i alla åldrar men speciellt i tonåren och att den antagligen största orsaken till detta är den orealistiska standarden för kvinnlig skönhhet. Dessutom sätts fokus på smalhet, vilket de flesta tjejer inte kan uppnå. Detta ideal sprids genom familj, vänner och massmedia, där media ses som det starkaste inflytandet (Hargreaves & Tiggemann 2004). Det största

missnöjet som killar har hamnar också på det orealistiska idealet kring utseende. Då den nutida mannens kropp är smal men väldigt muskulös, så har detta ideal blivit väldigt starkt. Nu för tiden så objektifieras och sexualiseras reklam inte bara gällande kvinnor utan också för män, vilket författarna kan tänka sig vara en anledning till varför missnöjet över sin kropp ökat också bland män. I sin studie använde sig författarna av reklam för att se om deltagarna blev påverkade och kände ett större kroppsligt missnöje efteråt (Hargreaves & Tiggemann 2004).

I resultatet visade det sig att killarna inte blev lika påverkade av reklamerna som tjejerna. Detta funderar författarna över om det kan vara så att killar kommer in i en svaghet för muskelidealet först senare i ungdomen eller till och med i sitt tidiga vuxenliv. Det var dock starka resultat för både tjejer och killar när det kom till utseendet och vem som var trolig att jämföra sig med idealen i media. Resultaten visar på att orealistiska ideal i media är en viktig källa när det kommer till social jämförelse och möjlig källa till missnöje över sin kropp bland killar och tjejer. Vi fann denna studie intressant och relevant då vi själva i våra frågeställningar är ute efter att ta reda på ifall en grupp ungdomar upplever att deras kroppsuppfattning påverkas av media (Hargreaves & Tiggemann 2004).

3.2 Medieanvändning i Sverige

Då vårt syfte utgår från medias påverkan på identitetsskapande, så finner vi det relevant att här presentera resultat kring hur utbrett och stort media är i Sverige. Resultaten som vi presenterar här är främst kring ungdomar i åldersgrupperna 9-14 och 15-24 då det är ungdomar som vår undersökning fokuserar på. Och eftersom ungdomarna vi intervjuade talade mycket kring internetanvändning och sociala medier, så tar vi här främst upp resultat inom just de områdena och sådana resultat av undersökningar som gjorts här i Sverige. Vi har valt att presentera resultaten som är från 2011 då det är dem som är de senaste och det känns därför mer relevant för oss. Den media som forskningen här handlar om är sådant som dagspress, tidsskrifter, böcker, radio, TV, film, dator och internet. Vi har endast valt att skriva med de medier som ger högst procentantal här.

Det finns resultat från en undersökning som visar på hur daglig media når ut och används bland folk mellan 9 och 79 år. De resultaten visar här på att vi i Sverige nås av och använder oss av mycket TV och internet men även tidningar, radio och sociala medier, varje dag i stor utsträckning. Från TV på 85 procent till sociala medier på 42 procent. (Nordicom) Om vi sedan ser på tillgång till internet i hemmet här i Sverige i åldern 9-79 år 2011, så ligger ålder 9-14 på 85 procent tillgång och ålder 15-24 på 98 procent tillgång till internet, vilket är den allra högsta siffran bland de olika åldrarna tillsammans med åldern 25-44 som också ligger på 98 procent tillgång. (Nordicom). Den genomsnittliga användningstiden bland internetanvändare i ålder 9-79 på en genomsnittlig dag ligger totalt på ca 133 minuter. I åldern 9-14 så ligger det på 88 minuter. Mellan åldrarna 15-24 ligger det i genomsnitt på 196 minuter, vilket är den allra högsta siffran bland de olika åldrarna. (Nordicom). Detta visar att ungdomar både har stor tillgång till internet men också använder sig av det i stor utsträckning och är bland de högsta konsumenterna av internet utav alla åldersspannen i studien.

Resultat visar också på att ungdomar använder sig mer av sociala medier snarare än traditionella medier, här avser sociala medier till exempel: bloggar, chatt, forum och Communitys. Och traditionella medier: morgontidning, tv, radio eller tidsskrifter. Om vi ser på siffror så använder sig åldersgruppen 9-14 43 procent av sociala medier och endast 2 procent av traditionella medier. I åldersgruppen 15-24 använder sig 53 procent av sociala medier och 3 procent av traditionella. I de övriga siffrorna så visas det att generellt sätt så används sociala medier mer än de traditionella, förutom bland de äldre åldersgrupperna där de traditionella medierna används i större utsträckning (Nordicom). Reklam i media är något som också undersökts och resultaten från 2011 visar att genom TV och internetanvändning är det den unga befolkningen som främst tar del av reklam inom media (Nordicom).

3.3 Slutsats från tidigare forskning

I den forskning som vi har tagit del av talades det bland annat om hur sociala medier används av ungdomar. Det sågs främst som ett sätt att hålla kontakten med andra ungdomar, men även en plats där missuppfattningar lätt kunde uppstå. En av studierna berörde ungdomars identitetsprocess och hur omgivningen ansågs vara en av påverkansfaktorerna, här sågs

föräldrar som en av de viktigaste faktorerna. Vidare talades det i en av studierna om hur kvinnor oftare sågs som objektifierade än män, och att kvinnor i större utsträckning än män var missnöjda med sin kropp. Detta sågs som ett möjligt samband då författarna anlade ett socialkonstruktionistiskt perspektiv i studien. En av studierna letade efter ett samband mellan reklam och hur killar och tjejer såg på sina kroppar. De fann att reklamen satte en realistisk standard, vilket sågs som en bidragande faktor till kroppsmissnöje bland deltagarna i studien. Slutsatser som vi drar från den tidigare forskningen är att omgivningen i vissa fall kan anses som en av de viktiga faktorerna vid identitetsskapandet. En stor del av forskning blandade dock inte in media specifikt som en del av omgivningen, och del i identitetsskapandet. Då media enligt den tidigare forskningen har en stor utbredning i Sverige, ansåg vi media som en stor del av det sociala. Flera av studierna berörde främst hur ungdomar ser på sina kroppar, det vill säga hur deras kroppsuppfattning ser ut, och kopplade samman detta med ideal. Vi fann detta intressant och valde att också kolla på detta i vår studie. Något vi dock saknade i den tidigare forskningen var studier kring hur könsidentiteten/sociala könet skapas, detta även om de tog upp skillnader mellan hur tjejer och killars kroppsuppfattning kan påverkas olika utav omgivningen. Vi valde att ha med lite mer kring könsidentitet/socialt kön i vår studie i förhoppning att kunna sprida ett ljus över denna del av identiteten och ett möjligt samband med media som påverkansfaktor. Utifrån detta formade vi våra frågeställningar och letade upp teori kring begreppen; media, identitet, kroppsuppfattning, ideal, självkänsla och könsidentitet/socialt kön. Då de studier som hade letat efter ett samband mellan media och identitetsskapandet hade använt sig av ett socialkonstruktionistiskt perspektiv bedömde vi vid val av teoretiskt perspektiv att detta även för oss var en lämplig utgångspunkt då det gav oss möjlighet att kritiskt granska omvärlden och därmed bemöta ideal och normer med åsikten att dessa ej är något essentialistiskt. De flesta utav dessa studier hade använts sig utav intervjuer för att få tag på sin empiri. Detta var något som också vi fann som en lämplig metod då vi inte på förhand var helt säkra på vad deltagarna skulle lämna för utsagor och ville ha möjlighet att ställa uppföljningsfrågor.

4. Teoretiska perspektiv och begrepp

I följande text kommer det teoretiska perspektivet, socialkonstruktionismen, som vi har valt att se vår analys utifrån att presenteras. Vidare kommer vi att presentera begrepp som vi kommer att använda oss av i analysen. Således kommer socialkonstruktionismen att redogöras för först, följt av identitet/identitetsskapande, där begreppen könsidentitet/socialt kön och kroppsuppfattning & självkänsla ingår. Sist kommer vi att presentera begreppet media.

4.1 Teoretiskt perspektiv

4.1.1 Socialkonstruktionism

Det finns två begrepp som används inom området social konstruktion; socialkonstruktivism och socialkonstruktionism. Vad de olika begreppen representerar varierar i den litteratur som vi har tagit del av, så för att inte skapa förvirring för läsaren tänker vi välja endast ett av dessa två begrepp. Vi valde att använda oss av socialkonstruktionism eftersom Ian Hacking (1999 s. 6-7, 45) i sin bok beskriver konstruktivismen som något som snarare hör hemma bland matematikerna, medan socialkonstruktionismen hör hemma inom samhällsvetenskapen. Dock kan det hända att det i litteraturen vi hänvisar till står socialkonstruktivism, men eftersom vi inte kan blanda begreppen i vår uppsats utifrån vilken bok vi refererar från så väljer vi ett fast begrepp.

I Bonniers uppslagsbok (2009, s.914) beskrivs socialkonstruktionism som en:

”[...]teori som går ut på att både det individuella jaget och samhällskonstruktionerna är produkter av mellanmänsklig interaktion.”.

Citatet ger en aning om att socialkonstruktionismen ser på identiteten som något som konstrueras i mötet med andra människor, den skapas utifrån de upplevelser som individen har under sitt liv. Socialkonstruktionism handlar om sociala konstruktioner och hur dessa skapas. Delar av verkligheten anses vara socialt konstruerad och skapas i interaktionen och i handlandet med andra människor. Det socialkonstruktionistiska perspektivet är kritiskt och ifrågasätter de sociala företeelsernas naturlighet (Hacking 1999, s.6).

Searle (1995 s.15) beskriver den socialt konstruerade verkligheten och ger exempel på saker som vi människor skapat. Han beskriver två olika begrepp: "institutionell fakta" och "rå fakta". Den "institutionella faktan" består av till exempel pengar, äktenskap, regeringar och skönhetsideal. Saker som existerar endast för att vi människor tror att de existerar. Detta ligger som kontrast till den "råa fakta" att det ligger snö på marken. Snön kommer ligga på marken oberoende av mänskliga åsikter och behöver inga mänskliga institutioner för sin existens. Sociala strukturers existens är beroende av samhällets individer. Då dessa är de som upprätthåller strukturerna genom tron på att de existerar och att det är accepterat. Searle (1995 s. 130) ger ett exempel på att om individerna slutar tro på en sak, eller vägrar erkänna det; i detta fall en regering, som till exempel vid en revolution, så upphör också regeringens plats i samhället och regeringen faller.

Socialkonstruktionismen granskar kritiskt sociala innebörder, värderingar och handlingar av det som väntas av oss som individer. Även maktstrukturer, fördelningen av makt och jämlikheten i samhället är något som kritiskt granskas. Människors individuella olikheter lyfts fram och det individuella handlingsutrymmet som de har möjlighet till är också en central del som lyfts fram av socialkonstruktionismen (Frisén & Hwang 2006 s. 55).

4.2 Begrepp

4.2.1 Identitet-/identitetskapande

I Gripsruds bok mediekultur, mediesamhälle (2000, s.18) går det att läsa om identitetsbegreppets betydelse. Identitet betyder enhet eller likhet. Begreppet identitet finns såväl inom matematik, som i relation till människans "jag". En människas identitet är mångfacetterad och kan inte lätt förklaras i en enda mening. Den kan till exempel kopplas till kulturell identitet, etnisk identitet och nationell identitet. Identiteten kan också förklaras i samband med begreppet självbild. Självbilden handlar om individens medvetenhet om sig själv som en unik person, och däri en känsla av att vara densamma även om kontexten skiftar (Frisén & Hwang 2006, s.10). Detta synsätt på identiteten går att finna hos Erik Homburger Erikson, vilken var en av pionjärerna inom identitetsforskningen. Eriksons synsätt går härröra till det psykoanalytiska perspektivet, vilket är ett vanligt förekommande perspektiv inom

litteratur som berör identitet. Eftersom Erikson varit så inflytelserik i identitetsforskningen och nämnts i mycket av den litteratur och de texter vi läst och tagit information från så valde vi att ta med honom här trots att han går emot det socialkonstruktionistiska perspektivets tankar. För Erikson var identiteten inte att anse som statiskt, utan som en process som är i rullning hela livet. Processen är tydligare i ungdomsåren, detta i samband med den biologiska förändring som drabbar ungdomar i puberteten (Frisén & Hwang 2006, s.12). Han gjorde en hierarkisk uppdelning av individens utveckling i åtta stadier, där ett stadie; moratorium, betecknade den kris som han ansåg att ungdomar ofta går igenom i sitt identitetsskapande. Detta moratorium var i de flesta fall inte att anse som något negativt, utan period då individen får experimentera för att finna vem den är (Frisén & Hwang 2006, s.11-12).

Hacking (1999, s.14) skriver om olika syner på "jaget", och däri identiteten. Att se jaget som en social konstruktion bryter mot synsättet att jaget har en existerande kärna, ett sant jag, och därmed tanken att det individuella jaget existerande före samhället, vilket var en tanke som tidigare var rådande. Socialkonstruktionismen inbjuder till en frihet från det som setts som oundvikligt. Genom att se på jaget som konstruerat i mötet med andra människor ger socialkonstruktionismen en möjlighet till förändring av jaget, att ändra identitet och de beteenden som uppväxtförhållanden fört med sig. Individen är inte att se som ensamt skyldig till att vara sig själv då identitet och samhället ses som nära förbundet med varandra (Hacking 1999, s.15-16).

Gripsrud (2000, s.18) talar om upptäckten av vilka andra människor som individen är lik, och vilka den inte är lik. Det handlar om en jämförelse med föräldrar, vänner och kändisar för att se vem individen är lik, och vem individen inte vill vara lik. Gripsrud skriver:

“Vår identitet är med andra ord som ett lapptäcke av identiteter, en sammanflätning av likheter och skillnader i förhållande till andra människor” (Gripsrud 2000, s.19).

Citatet belyser den mångfald av olika delar som utgör och avgör individers identitet, delar som fångas upp i mötet med andra människor där likheter och olikheter blir synliga.

Gripsrud (2000, s.20) delar upp identiteten i två distinktioner; den sociala och den personliga identiteten. De två identiteterna talas om som i nära relation till varandra, men som inte alltid sammanfaller. Den sociala identiteten uppkommer genom andra människors åsikter gällande individerna och genom de kontexter som individen befinner sig i. Det handlar till exempel om vilken stad individen bor i, vilken skola den går på och vilka dess föräldrar är. Andra människors åsikter internaliseras ofta mer eller mindre in i individens självbild, och där i dess identitet, men vilken del av den sociala identiteten som av individen anses vara viktig är individuell. Den personliga identiteten är dock mycket upp till individen själv, någon som man själv måste komma fram till. Det handlar om vem dem är och vad som gör dem unika. I detta sammanhang, där det handlar om hur individer internaliserar andra människors åsikter, så kan media här vara en förmedlare utav de åsikterna som ungdomar internaliserar. Detta kan påverka identiteten på många plan. Individens könsidentitet, det vill säga det sociala könet, vilken är en av delarna i människans identitet, kan genom media till exempel få information om vilka normer en kvinna eller man har att förhålla sig till.

4.2.1.1 Könsidentitet/socialt kön

Könsidentitet är upplevelsen av att vara kvinna, man eller kanske något där emellan. Ur ett biologiskt perspektiv bestämde individens könsorgan om individen var en kvinna eller man. Kön har setts som något som är bestämt utifrån just det kön man har och även psykoanalysen lade fokus på anatomins betydelse för själva könsidentiteten (Smedler & Drake 2006, s.41-42). Något som ofta sker är att vi människor omedvetet könar barn från det att det föds. Detta gör att det biologiska könet ofta bestämmer individens könsidentitet redan från tidiga barnaår. Efter beskedet på BB att: "det blev en pojke/flicka", börjar "könspådraget" som Thomsson kallar det (Thomsson 2003, s.11), där barnet behandlas efter de förväntningar som finns i samhället på hur vi skall vara som tjejer eller killar. Tjejerna blir ofta sagda som söta, mjuka och fina, medan killarna blir omnämnda som hårda, tuffa och coola (Smedler & Drake 2006, s. 42). Dessa normer förs ut i vilka leksaker och vilka kläder barnet skall ha. Detta fortsätter sedan livet ut. Förväntningarna fångas upp i normer, vilka ur ett socialkonstruktionistiskt synsätt är skapade av samhället. Normerna talar om vad som är rätt och fel, här i relation till män och kvinnor, och är sedan med och formar individens könsidentitet (Lalander & Johansson 2012, s.146). När en individ går emot förväntningarna

för vad som väntas av den som pojke eller flicka syns det sociala könet och dess görande tydligt, eftersom vi upprätthåller dessa normer genom att reagera på de som bryter förväntningarna, men också genom våra egna handlingar. Detta innebär att kön handlar om sociala överenskommelser människor emellan och att kön inte är ett biologiskt faktum (Smedler & Drake 2006, s. 54-55). Socialkonstruktionismen förnekar inte de biologiska skillnaderna mellan könen, men ifrågasätter uppdelningen av kön och vill inte förstärka tudelningen som redan finns, utan granska den kritiskt (Smedler & Drake 2006, s. 55).

Könsidentitet hade förr inom forskningen ett mer traditionellt perspektiv gällande att könsidentiteten var kopplad till det biologiska könet, detta övergick senare till det feministiskt postmodernistiska perspektivet på identitet och kön. Här handlar det snarare om hur könet är socialt konstruerat snarare än biologiskt förutbestämt; även kallat genus. Här ses det psykologiska könet som individuellt, som att det har en rörlighet och mångfald och där kroppsliga upplevelser är centralt (Smedler & Drake 2006, s. 46). Att introducera genusbegreppet eller socialt kön har gjort det lättare att kunna tala om kvinnor och män, manligt och kvinnligt, utan att det skall behöva kopplas till det biologiska könet och biologiska skillnader. Inom den feministiska forskningen så är de flesta överens om att genus skulle vara en kulturellt skapad maktordning relaterad till föreställningar kring manligt och kvinnligt. Med detta sagt så finns det enligt Ambjörnsson (2003, s.11-12) inget biologiskt kön som bestämmer våra identiteter som kvinnor eller män. Genus är en effekt av olika sorters handlingar och måste ständigt återskapas som en process.

Heléne Thomsson (2003, s.7) skriver om att "göra kön", där författaren förklarar att kön är något som görs i mötet med andra människor. Hon talar om skillnaden mellan att vara och att göra och att många könsteoretiker använder sig av begreppet genus för att göra tydligt att det handlar om att kön är något man gör, inte något man är. Att det sociala könet är något som görs skriver även Hacking (1999, s.7) om när han beskriver det socialkonstruktionistiska perspektivet på kön. När man inser att alla är med och gör kön i vår omgivning så får man också en förståelse för varför vi gör det vi gör. Det går också att förstå att skillnaderna mellan kvinnor och män inte uppstått ur intet, utan i tvingade och starka sociala situationer. På grund av detta går det inte heller att förklara manligt och kvinnligt utifrån olikheter i gener eller

hormoner och inte heller av traditionell inläring och uppfostran. Utan själva kategorierna manligt och kvinnligt är konstruktioner, skapade av oss. För inget är manligt eller kvinnligt från början, utan har blivit så genom tiden (Thomsson 2003, s.7).

Judith Butler (2007, s.184) talar om socialkonstruktionismen i samband med kulturella konstruktioner och att till exempel genus skapas inom kulturen. Det finns därför också många tolkningar av genus och kön, då det finns väldigt många olika kulturer i världen. Butler placerar sig långt ifrån den essentialistiska synen på kön, och talar om istället om att göra kön, snarare än att vara det könet. Performativitet är ett viktigt begrepp som Butler talar om. Performativitet berör individens yttre iscensättande av identiteten. Sådant som kläder, frisyrer, smink, kroppsskulptering, vårt sätt att röra oss och vårt sätt att tala utgör rekvisita i individens framträdande. Mest bekvämt är det att stiga in i en roll som redan spelats av andra och som publiken förväntar sig att se; den normativa könsidentiteten (Butler 2007, s.214). I och med framträdandet som görs för att framställa det sociala könet, till exempel genom kroppsskulptering finns det en stor koppling till individers kroppsuppfattning och självkänsla.

4.2.1.2 Kroppsuppfattning & självkänsla

Kroppsuppfattningen handlar om vilken bild individen själv har och vilken bild individen tror att omgivningen har av sin kropp och sitt utseende. Frisé (2006,s.24) benämner kroppsuppfattningen som något föränderligt, vilket i ungdomsåren kan sammankopplas med pubertetens inträde och den förändring som där sker. Hur individen känner att den lever upp till de ideal och normer som finns gällande kroppen tenderar att påverka kroppsuppfattningen. Kroppsuppfattningen ses här som nära förbundet med självkänslan det vill säga att en negativ kroppsuppfattning tenderar att finnas i relation till en låg självkänsla, medan de som har en positiv syn på sina kroppar oftare har en positiv självkänsla.

Ideal handlar om något som är önskvärt, inte sällan också ouppnåeligt. I vardagen kan begreppet användas gällande något verkligt, men inom teoretiska sammanhang berör det ofta något onåbart. Frisé (2006, s.23) kopplar ihop idealbilder med ungdomars kroppsuppfattning. Idealbilder förmedlar föreställningen om hur den perfekta individen skall se ut. Det handlar om sådant som individernas längd, bredd, hår och näsa, men även vilka

kläder som är att anse som "rätt". Den ideala mannen eller kvinnan har varierat historiskt, men även kulturellt (Frisén 2006, s.27). Att ha en kraftig kropp som kvinna ansågs i vissa tider som det vackra, det var ett tecken på att du var välbärgad och därmed inte behövde spara på maten. Förändringen av dessa ideal verkar dock skilja sig mer och mer från de vanliga människornas utseende. En smal och slank kropp hos en kvinna är det rådande idealet bland kvinnor, samtidigt som mannens ideal innefattar en lång och muskulös kropp. Enligt Frisén (2006, s.25) ger de rådande normerna tankar till att den som är slank och vältränad har viljestyrkan och självbehärskningen som krävs för ett framgångsrikt liv. Fetma ses som det motsatta; en brist på kontroll och en allt för stark spontanitet. Frisén (2006, s. 25) skriver om hur media hjälper till att lyfta fram ett visst ideal där till exempel fetma ses ned på. Detta i sin tur medför att samhället hyser förutfattade meningar om överviktiga människor. Risken av detta är att ungdomar som identifierar sig med att vara överviktiga kan få en negativ kroppsuppfattning och därefter i sin tur få en negativ bild och självkänsla av sig själv. Detta tänker vi hänger ihop med media och den påverkan vi tror att media kan ha på individens självkänsla och kroppsuppfattning, detta i och med att media är att anse som samhällets väg in i individens vardagsrum.

4.2.2 Media

Gripsrud (2000, s.16-18) beskriver mediernas funktion i individers verklighet. Medier anges som en del i den sekundära socialisationen, då den primära socialisationen i en individs liv inbegriper den närmsta formen av gemenskap; familjen. Medierna bidrar till att definiera individens verklighet genom såväl text, bild och ljud, och är att anse som samhällets förlängda arm till individernas intimsfär. Medierna anses nå in i individers liv redan när de är små barn genom böcker, TV, radio, musik och tidningar. De förmedlar information, lekar och upplevelser som individen kanske inte skulle mötas av utan medierna. Dessutom ger medierna individerna idéer om vad som är roligt och tråkigt, viktigt och oviktigt, samt vad som är bra och dåligt (Gripsrud 2000, s.17). Media kan användas på många sätt. Dagstidningarna håller individen informerad om vad som händer i världen, radion förser individen bland annat med musik som gör att man kan koppla bort dagens stress (Gripsrud 2000, s.41-42).

Ur ett socialkonstruktionistiskt perspektiv på dagens samhälle har modeindustrin och media stor makt att skapa och förmedla de rådande idealen. Individen nås ständigt av budskap som förmedlar bilden av idealmänniskan. Det går att finna genom tidningar, bloggar, på affischerna i busskureorna, i skyltfönstren och på gymmet (Frisén 2006, s.25). Dessa medier ger individer många intryck att sortera bland, och tvingar dem på sätt och vis att bilda en uppfattning om sin egen position kring vem de är och inte är, vem de vill bli och vem de inte vill bli. Dessa val kommer sedan att definiera vem individen är, och där i dess identitet (Gripsrud 2000, s.18). Det finns media som blir en del av det vanemässiga i vardagslivet och vars informationsflöde ej kan styras av individen, men det finns också media som individen kan välja att ta del av och sälla bland. Den valbara delen av media förutsätter en medvetenhet hos individerna av vilken sorts media som den kommer i kontakt med och vad median förmedlar (Gripsrud 2000, s.24). Dock talar Gripsrud (2000, s.25) om hur media inte alltid når alla individer, detta till trots att deras utbud är mångfacetterat. Det är sällan som alla sorters människor finns representerade i media, och den representation som finns är att se som en konstruktion av det som framställs, inte en objektiv återspeglning av verkligheten. Hur olika grupper i samhället framställs och representeras i media väcker ofta starka känslor, och nuförtiden finns lagar som reglerar reklamens framställan av till exempel män och kvinnor (Gripsrud 2000, s.26-27).

Då media dagens utbredning av media når de allra flesta människor, så nås människor ständigt av idealen som median förmedlar och kan internalisera detta i dem själva. Då vi människor inte alltid själva kan styra informationsflödet vi får från media är det inte lätt att sälla bort sådant som kan ses som mindre sunt för individen och det är därför det är intressant för oss att se vad vi i denna studie kommer få för resultat.

4.3 Slutsatser utav teori

Slutsatser som vi kan dra utav vår teori är att identiteten är mångfacetterad och innehåller många komponenter. Vi kommer utifrån teorin att se på identiteten som något föränderligt och påverkbart där omgivningen är medskyldig till att en individ är den som den är. Utifrån teorin kring könsidentitet och socialt kön har vi valt att framför allt använda oss utav det

sistnämnda då begreppet då det i större utsträckning än det förstnämnda gör en distinktion mellan det biologiska könet och det sociala. Det sociala könet är därmed det föränderliga och det som vi ser som konstruerat av samhället. Därmed förutsätter vi inte att det sociala könet är något förutbestämt. Kroppsuppfattningen och självkänslan har vi sammankopplat med ideal då stor del av den litteratur vi har kommit kontakt med ser idealen som samhället förmedlar som påverkansfaktor på dessa delar av identiteten. Vi ser dessa begrepp som nära förbundna med varandra, och dessa kommer därmed delvis även att betraktas tillsammans i analysen. Media var det begrepp som beskrevs sist då det var en del av identiteten, men framkom genom litteratur som en komponent med makt att påverka, delvis på grund sin stora utbredning. Således kommer vår studie beröras av begreppen Identitet/Identitetsskapande, Könsidentitet/Socialt kön, Kroppsuppfattning och media. Dessa har beskrivits ur flera författares synvinklar, men kommer i analysen att endast betraktas ur ett socialkonstruktionistiskt perspektiv i samband med empirin. Vi började med att leta fram teori och begrepp i början av studien. Sedan använde vi oss av dessa vid utformningen av intervjuguiden, och sedan vidare vid tematiseringen och analysen av gruppintervjuerna. Det vi fann när vi transkriberade och kodade intervjun var dock att deltagarna talade om vissa ämnen mer än andra. Då vi ville att deltagarna själva skulle få styra mycket av innehållet i vår studie så fick vi i efterhand leta fram mer information och begrepp att skriva in i teorin för att kunna täcka upp allt det som både deltagarna och vi fann relevanta. Till exempel så fann vi att deltagarna talade mycket kring självbild, vilket var ett begrepp vi inte hade med från början, men som vi i efterhand fick lägga till då deltagarna fann det viktigt och nämnde det väldigt ofta. Det teoretiska perspektivet har sedan genomsyrat analysen på ett sådant sätt att empirin genomgående har skådats med det socialkonstruktionistiska perspektivets glasögon. Begreppen används sedan i analysen för att lyfta fram de delar av intervjuerna som behandlar just de begrepp vi valt. Detta sätt att pendla fram och tillbaka mellan teori och empirin innebär också att vi haft ett abduktivt angreppssätt (Larsson 2005, s.23), vilket vi redan från början visste att vi skulle komma att ha.

5. Metod

I metoden kommer först studiens avgränsningar att presenteras, för att sedan följas utav en presentation av kvalitativ metod, vilket är den valda forskningsansatsen. Vidare beskrivs vår datainsamlingsmetod, vilket är kvalitativa gruppintervjuer, och hur vi har gått tillväga. Sedermera kommer en redogörelse för vår förståelsegrund, Fenomenologi & Hermeneutik, vilket visar hur vi kommer att granska vår empiri vid analysen och motiverar för valet av datainsamlingsmetoden ”Interpretative Phenomenologicas Analysis” som presenteras i stycket som kommer därefter. Efter dessa stycket kommer studiens reliabilitet, validitet och generaliserbarhet att redogöras för, följt utav en presentation av urvalet och dess begränsningar. Sist i metodkapitlet kommer studiens etiska reflektioner att tas upp för diskussion.

5.1 Avgränsningar i studien

Vi valde att inte avgränsa media till en sorts media, som till exempel TV-program eller sociala medier som Facebook. Detta val gjorde vi för att ungdomarna som deltog i studien skulle få ge sin egen åsikt om vilka medier som hade störst plats i deras vardagsliv. Deltagarna nämnde internet, och där sociala medier som den media med mest inverkan på dem. Därför kommer en stor del av resultatet att behandla sociala medier, framför allt Facebook och Instagram, men även bloggar.

5.2 Forskningsansats: Kvalitativ metod

Danemark m.fl. (2003, s.346) skriver att valet av metod ska göras utifrån vad vi genom studien vill veta. Syftet och frågeställningarna avslöjar ett mål i att beskriva och förstå hur individer konstruerar sin egen verklighet. Den kvalitativa forskningen försöker förklara och förstå individers egna upplevda värld, och är därmed en lämplig ansats för denna studie. De som utgår från en sådan ansats identifierar och empatiserar med individerna som deltar i undersökningen, för att försöka förstå hur de ser på verkligheten (Taylor & Bogdan 1998 s.7). Bryman (1997, s.123) skriver om skillnaderna mellan kvalitativ och kvantitativ forskning. De kvantitativa metoderna utpekas som mer statiska i sin syn på verkligheten medan de kvalitativa metoderna har förmågan att se processer i den sociala verkligheten. Vår studie kräver kvalitativa metoder, så som till exempel deltagande observation eller intervjuer, detta

då vi är ute efter deltagarnas egna åsikter och tankar (Taylor & Bogdan 1998, s.4).

Det finns flera sätt att angripa en studie, med ett induktivt arbetssätt startar arbetet utifrån empirin, vilket gör att teorin utvecklas utifrån det insamlade materialet. När arbetet startar utifrån teorier som prövas mot den insamlade empirin är arbetssättet att kalla för deduktivt eller hypotetiskt-deduktivt. Det induktiva arbetssättet är vanligare inom den kvalitativa forskningen än den kvantitativa, medan det deduktiva arbetssättet är mer vanligt förekommande inom den kvantitativa forskningen än den kvalitativa (Watt Boolsen 2007, s.26). En kombination av dessa två angreppssätt kallas för ett abduktivt arbetssätt (Larsson 2005, s.23), vilket innebär en växling mellan teori och empiri. Det är det senare angreppssätt som kommer att appliceras i den här studien då vi anser att exempelvis teorin kan komma att behöva kompletteras efterhand som empirin analyseras.

5.3 Datainsamlingsmetod

Vi har valt kvalitativa gruppintervjuer som datainsamlingsmetod eftersom vi anser att denna metod bäst kan besvara vårt syfte och frågeställningar. Detta eftersom intervju som datainsamlingsmetod enligt Kvale & Brinkmann (2009, s. 17) är ett sätt att försöka förstå intervjupersonernas egen verklighet, vilket är det vi vill undersöka. En gruppintervju innebär att man istället för att endast intervju en person åt gången, intervjuar flera som grupp där en diskussion också kan hållas deltagarna emellan. Denna grupp leds av en moderator. Denne presenterar intervjufrågorna eller temat som skall tas upp, fördelar ordet och styr intervjun. Moderators uppgift är även att skapa en tillåtande atmosfär för diskussion deltagarna emellan så dessa känner att de kan delge sina personliga åsikter (Kvale & Brinkmann 2009, s. 166). Målet med gruppen är inte att gruppen skall lösa problem eller nå en samförståelse på de frågor som diskuteras utan att föra fram de olika uppfattningar det finns kring frågorna. Vi valde att använda oss av gruppintervjuer eftersom vi kände att det möjligen skulle ge oss mer information än vad enskilda forskningsintervjuer skulle ha gjort. Framst eftersom det i grupp kunde bli en lite mer levande och dynamisk diskussion kring ämnena vi tog upp. Deltagarna kunde trigga igång varandra i diskussionen och på så sätt skulle vi få ut mer information av en sådan intervjuform. Taylor & Bogdan (1998 s.113) talar om gruppintervjuer som öppna och

explorativa diskussioner där deltagarnas kan få uttrycka sina tankar och erfarenheter. Det finns en intervjuform som heter fokusgruppintervju, som är väldigt snarlikt gruppintervjuer, dock så skriver Taylor & Bogdan (1998 s.114) att dessa är att anse som mer formella än gruppintervjuer, vilket vi kände att vi inte ville ha, för att kunna underlätta för deltagarna att tala om sina erfarenheter mer öppet sinsemellan. Nackdelar med den kvalitativa gruppintervjun är att deltagarna inte kan förväntas säga samma saker i en gruppintervju som i en enskild intervju och kan också leda till en underförstådd överenskommelse att de mindre pratsamma deltagarna låter resterande av gruppen tala. Dock så är gruppintervjuer mer lämpligt när de privata delarna av deltagarnas liv inte skall undersökas, utan snarare är utvalda ämnen som skall utforskas (Bogdan & Taylor 1998, s. 114-115).

Innan gruppintervjuerna inleddes skapade vi en intervjuguide, en sorts manus som vi skulle förhålla oss till under intervjuerna. Utformningen utgick ifrån två teman; identitet och media. De inledande frågorna handlade om hur deltagarna definierade identitet, och media, för att sedan följas av frågor kring hur de brukar media i sitt vardagsliv. Dessa två teman fördes senare samman då frågor ställdes kring ett möjligt samband mellan identitet och media, om den ena sidan kunde påverka den andra, och tvärtom. Dessa frågor var från början formulerade med ett teoretiskt språk, men omformulerades sedan in i intervjuguiden i ett någorlunda vardagligt språk. Detta gjordes för att bryta ner de barriärer som det teoretiska språket kan bygga mellan intervjuare och deltagare (Kvale & Brinkmann 2009, s.146-147). Med ett färdigställt manus finns risken för ledande frågor. Ur en positivistisk aspekt, där föreställningar kan finnas kring ett objektivt bemötande av kunskap, är ledande frågor att anse som störningar i detta sökande efter sanning. Kvale & Brinkmann (2009, s.188-189) talar dock för ett synsätt där kunskap produceras i mötet med andra. De ledande frågorna är då inte av särskild relevans, utan vilken ny kunskap som frågorna leder intervjun till. Under intervjuernas genomförande ansträngde vi oss dock för att vi inte skulle vinkla frågorna åt ett speciellt håll eller lägga värderingar i frågorna. Istället försökte vi uppmuntra deltagarna till att utveckla sina tankar, och valde därför vid följdfrågor att upprepa något de sagt och fråga hur de tänker kring det.

Kvale & Brinkmann (2009, s.144) nämner att de första minuterna av intervjun är viktig för att skapa en god kontakt mellan intervjuare och deltagare, detta för att öppna upp för deltagaren att delge sina erfarenheter. Båda de gruppintervjuer som vi genomförde spelades in med en diktafon. Oro fanns från oss intervjuare att diktafonens närvaro skulle störa gruppintervjun genom att tillföra extra nervositet till deltagarna. Vi valde att testa diktafonen innan intervjun satte igång vid båda gruppintervjuerna, detta för att samtliga deltagare skulle få höra hur de lät inspelat, vilket ledde till en fortsatt lättsam stämning under intervjun. Vi fick erfara att den oro som vi hade känt ej uppfylldes då samtliga deltagare mer eller mindre ivrigt deltog i intervjun.

Båda gruppintervjuerna varade drygt en timma och tjugo minuter. Det är en tid som låter förhållandesvis lång, men som enligt deltagarna verkade gå ganska snabbt. Det var en lagom tid för både oss och deltagarna då vi under den tiden kunde hålla vår koncentration och vårt engagemang. Vi som kandidatuppsatsförfattare tog varsin gruppintervju där vi agerade moderator. Den som inte var moderator fick sköta diktafonen och ställa några uppföljande frågor som den kom på under gruppintervjun. Kvale & Brinkmann (2009, s.154) talar om hur de uppföljande frågorna kräver ett aktivt lyssnande under intervjun. Vi fann det därför värdefullt att vara två personer, så att moderatören kunde fokusera på att delge deltagarna intervjufrågorna, medan den andre kunde lyssna och ställa uppföljande frågor kring deras utsagor. I egenskap av moderator försökte vi båda se till att hålla oss till ämnet, men ändå tillåta utsvävningar i samtalet. Vi uppmuntrade till olika funderingar kring ämnet, men försökte att inte ta ställning till de vad dessa funderingar innehöll, detta i ett försök att inte påverka mer än vad vi redan gjorde med vår blotta närvaro och färdigställda frågor. Detta gjordes i ett försök att minska maktassymetrin som den kvalitativa forskningsintervjun redan medför (Kvale & Brinkmann 2009, s.48).

5.4 Förståelsegrund: Fenomenologi & hermeneutik

Fenomenologin betraktar människans handlingar och beteenden som ett resultat av hur människan ser på verkligheten. Fenomenologen har där som uppgift att ta reda på hur individen konstruerar sin verklighet (Taylor & Bogdan 1998, s.10-11). Detta är att anse som en relevant utgångspunkt då det är individens subjektivt upplevda verklighet som ligger i

studiens intresse. Studien kommer inte att beröra någon annan sanning än den subjektiva, då fenomenologin inte tror på en absolut sanning. Hermeneutiken ser till skillnad från fenomenologin inte till upplevelsen, utan till tolkningen av meningen. Det handlar om en förståelse och att tolka utsagor (Kvale & Brinkmann 2009, s.30&42). Fenomenologen skall ha ett icke ifrågasättande förhållningssätt gentemot individens subjektiva upplevelse och bör därför sätta sin förförståelse inom parentes. Denna parentetisering av förförståelsen kallas för den "fenomenologiska reduktionen". Dock anses den fenomenologiska reduktionen få problem vid studier av samhället och dess fenomen, då man ofta antar att dessa existerar utanför vår förståelse (Bryman 1997, s.65-67). Till skillnad från fenomenologin läggs inom hermeneutiken fokus på tolkarens förförståelse. Denna förförståelse ligger till grund för tolkningen av individers handlingar och yttringar, detta eftersom det mänskliga livet och förståelse förutsätts vara kontextuella (Kvale & Brinkmann 2009, s.68-71).

En fenomenologisk-hermeneutisk ansats var i denna studies bemärkelse relevant då vi var ute efter att både beskriva, förstå och tolka deltagarnas upplevda livsvärld och de tankar som de bar med sig kring identitet och media. Vi trodde oss inte kunna bortse fullständigt ifrån vår förförståelse, utan valde istället att ständigt ha den i åtanke genom forskningsprocessens gång.

5.5 Analysmetod

I analysen av vår studie hade vi för avsikt att inte enbart beskriva hur identitetsskapande och media kunde beröras av varandra utan även försöka förstå och tolka de utsagor som lämnades. Eftersom studiens förståelsegrund var fenomenologisk-hermeneutisk ansågs Interpretative Phenomenologicas Analysis (IPA) vara en relevant analysmetod. Målet med IPA är att i detalj granska hur deltagarna skapar mening i sin verklighet. Det handlar om att granska ett fenomen utifrån en individs subjektiva upplevelser. Den berör den fenomenologiska ansatsen genom att närma sig deltagarnas livsvärld och där i se till deltagarnas personliga upplevelser. IPA berör även den hermeneutiska ansatsen då den har två steg i sitt förklarande, först genom att deltagarna försöker förklara sin livsvärld, och i ett andra steg av forskaren som försöker förklara deltagarnas livsvärld utifrån deras egna förklaringar (Smith & Osborn 2007, s.53). Risken finns då att de slutgiltiga tolkningarna hamnar långt bort ifrån deltagarnas sanning.

Den detaljerade analys som genomförs genom IPA tar lång tid, vilket innebär att den ofta utförs på delar av empirin då en analys på hela empirin sällan går inom tidsramen för undersökningen. Detta innebär att en studie med IPA ofta inte är ute efter att kunna generalisera, utan undersöker istället delar i detalj. De som använder sig av IPA söker på grund av den detaljerade undersökningen ofta en homogen grupp att studera (Smith & Osborn 2007, s.55-56). Den empiri som uppkom vid gruppintervjuerna var dock ej så omfattande som en studie med IPA tenderar att vara, och möjliggjorde därmed en detaljerad analys på hela materialet. Dock tog analysen lång tid att genomföra trots att empirin inte var så omfattande.

Gruppintervjuerna spelades in med en diktafon dels för att diskussionen skulle kunna återges rättvist och dels för att vi som intervjuade skulle kunna fokusera på diskussionen som fördes. Vid transkribering visade det sig att små delar på både intervjuerna var ohörbara då deltagarna i flera sammanhang talade samtidigt eller lågt. Vi ser i efterhand att vi borde ha bett deltagarna att upprepa sig vid de tillfällen då vi lade märke till att de talade lågt, och vi borde ha tryckt på vikten av att de skulle tala en i taget (Kvale & Brinkmann 2009, s.195). Dock fann vi att dessa delar av transkriberingen som var ohörbara endast var några sekunder långa att större delen av dessa meningar ändå kunde skrivas ned. Därmed bortföll inte mer än några ord, vilket gjorde att vi ändå fick del av sammanhanget i dessa delar av deras utsagor. Kvale & Brinkmann (2009, s.193) talar om den komplicerade process som transkribering innebär. Gruppintervjuerna tolkades redan i intervjustadiet, en tolkning som fortsatte in i transkriberingen. Vi valde att skriva ut intervjuerna ord för ord, med undantag för ord som "hm" och "eh", det för att minimera risken att vår tolkning förändrar deltagarnas meningar i skrift. Ändå försvinner delar av gruppintervjun när de uttalade orden som i samspel med de icke-verbala orden som utgör diskussionen förs ner i skrift (Kvale & Brinkmann 2009, s.194). Vi skrev ut varsin halva av båda intervjuerna och bytte sedan transkriberingstexter med varandra för att dessa utskrifter skulle möta flera granskande ögon.

Som tidigare nämnt påbörjades analysen redan i intervjustadiet. Det som sades under intervjuerna tog vi till oss och redan där började vi att analysera, både omedvetet och medvetet. Analysen av vårt insamlade material fortsatte in i transkriberingen, där vi om och om igen lyssnade igenom intervjuerna och behandlade det som sagts, skrev ned det för att

sedan läsa igenom alltihop (Smith & Osborn 2007, s.67). När vi sedan började koda och tematisera med IPA-metoden så var detta ytterligare ett steg av analys där vi mycket medvetet försökte analysera vad som egentligen sagts och vad som vi kan ha missat. Vi analyserade båda intervjugrupperna ihop för att kunna få en övergripande och ordentlig bild av vad deltagarna egentligen hade sagt. I arbetet med IPA finns inga regler över vad som får kodas, det kan vara allt från ord och meningar i texten, till ord som är en tolkning av det som har sagt, en sorts sammanfattning (Smith & Osborn 2007, s.67). Vi samlade koderna i ett nytt dokument, läste genom dem för att se vilka som skulle kunna grupperas under en ny kod med en högre abstraktionsnivå. Detta bildade ett antal teman som vi sedan tar upp under analysen (Smith & Osborn 2007, s.68, 70).

Att gå från teman till texten i resultat och analys visade sig vara den del som var svårast att börja på. Temana skulle expanderas till en analytisk text som kopplades till teorin för att sedan föras in i en diskussion där de skulle sammanföras med frågeställningarna. Smith & Osborn (2007, s.76) talar här om vikten av att tydligt i texten skilja mellan det som empirin har gett, det vill säga vad deltagarna delgett oss i intervjuerna och den analys som vi som författare gör genom våra tolkningar av det de säger. Utifrån det valde vi att presentera citat från intervjun inblandat i texten, men som ändå framkommer tydligt som citat genom indrag och mindre typsnitt. Citaten är redigerade genom att vi har plockat bort delar av uttalandena som vi inte fann relevanta. I övrigt är dessa oredigerade, för att vi skall förlora så lite som möjligt av dess ursprung, även om delar av intervjun, som kroppsspråk och ironi, försvinner i övergången från tal till skrift. Dessa citat användes sedan i texten i vår analys för att kunna belysa våra tankegångar och för att analysera och diskutera. Vi valde citat som vi ansåg vara relevanta och vilka svarade på våra frågeställningar och vårt syfte. Det var också citat som berörde sådana ämnen som deltagarna själva tagit upp och fokuserat på, som vi från början inte tänkt på, men som blivit tydliga efter kodningen.

5.6 Reliabilitet, validitet och generaliserbarhet

Kvalitativa studier har enligt den kvantitativa skolan ofta blivit kritiserade för att inte vara verifierbara och för att inte klara av att stå på sina egna ben, detta eftersom resultaten av

studien kommer från ledande frågor och subjektiva tolkningar från forskaren. Dock anser förespråkarna för kvalitativ forskning att detta är ett mål sig, att kunna fånga individers egna innebörder och tolkningar. Kvalitativa forskare anser också att denna metod är det enda sättet att faktiskt komma undersökningspersoner nära inpå livet för att kunna se världen som ur deras perspektiv och försöka sig på att stiga in i deras värld. Vilket inte fungerar på samma sätt med kvantitativ forskning där forskningen inte kräver någon kontakt alls med undersökningspersonerna (Bryman 1997, s. 115-116). Därför väljer vi här att ta upp reliabilitet, validitet och generaliserbarhet inom det kvalitativa fältet och hur vi själva förhåller oss till dessa för att göra vår studie så tillförlitlig som möjligt enligt de vetenskapliga kraven.

Reliabilitet handlar enligt Kvale (2009, s. 263) om forskningsresultatets tillförlitlighet och konsistens. Kan resultatet återskapas av andra forskare och vid andra tillfällen? Det handlar alltså om intervjupersonernas svar kommer ändras under en intervju eller om de kommer ge olika intervjuare olika svar. Vi har med intervjufrågorna som bilaga och vi har skrivit ut tillvägagångssätt för att det just skall kunna gå att återskapa vår studie så nära som möjligt. Det som kan göra intervjukodningens reliabilitet högre är om två personer skriver ut samma avsnitt ur en intervju och sedan gör en jämförelse emellan för att se hur väl de överensstämmer (Kvale & Brinkmann 2009 s. 263). När vi transkriberade våra intervjuer så jämförde vi våra skrifter och bytte dem sinsemellan. Vi hade liknande sätt att transkribera, med endast få skillnader. Och sedan under kodningen så gjordes det tillsammans, där vi kunde ta del av den andres tankar kring det transkriberade materialet. Något som vi däremot kan se som kan vara lite svårare att påverka är citaten vi tar och använder oss av. Då det vore svårt att ta med hur många citat som helst så blir det att vi använder oss av citat som vi finner svarar på det vi vill ha svar på, vilket kan göra att reliabiliteten sjunker. Dock så har vi försökt motverka att vi väljer citat som känns vinklade till vårt syfte, genom att vi först båda två gått igenom intervjun separat och letat efter citat som var relevanta för vår analys, och sen så tog vi också i beaktande inte bara vad vi vill ha för svar, utan även vad det kändes som att ungdomarna pratade mest om, som kanske vi inte väntat oss från början. Och på så sätt så var deltagarna på ett sätt med och bestämde vad denna uppsats skulle få handla om, utifrån vad de talade om och tyckte var viktigast att diskutera i intervjuerna.

Validitet handlar om giltighet, styrkan och sanningen i ett yttrande. För att ett argument skall vara giltigt skall det vara hållbart, försvarbart, övertygande och välgrundat. I grund och botten handlar validitet om ifall en metod undersöker vad den påstås undersöka (Kvale & Brinkmann 2009, s. 264). Forskaren får anlägga en kritisk syn på sin egna analys och presentera de kontroller som gjorts på arbetet för att motverka snedvriden tolkning och selektiv perception (Kvale & Brinkmann 2009, s. 268). Det som vi har gjort här är att dels kontrollera med varandra att vi båda tolkar likadant. Vissa gånger har vi inte gjort det och har fått diskutera igenom det. Vi har gått igenom förförståelsen vi har för att undvika färgning utifrån det. Vi har återgående gått tillbaka till transkriptionsutskriften och läst citaten i sitt sammanhang så vi inte förlorar sammanhanget det är sagt i. Vi har även använt oss av citat i dess ursprung för att kunna minska snedvridningen så långt det är möjligt.

Generaliserbarhet handlar om ifall studien kan överföras till andra situationer och undersökningspersoner eller om studien främst är av lokalt intresse. Dock så ställer sig de socialkonstruktionistiska ansatserna emot detta, då de anser att kunskap är handlingar och förståelser som är historiskt och socialt kontextualiserade (Kvale & Brinkmann 2009, s. 280-281). Enligt den humanistiska uppfattningen som är lite av en kontrast i detta avseende så anser humanisterna istället att varje situation är unik och vill betona detta. I det postmoderna angreppssättet ersätts därför sökandet efter den universella kunskapen av kontextualitet och kunskapens heterogenitet. (Kvale & Brinkmann 2009, s. 280). I vår studie så utgår vi från socialkonstruktionism och den mer humanistiska uppfattningen. Vi har ett litet antal deltagare av unika individer i vår studie, och vårt syfte är att undersöka deras livsvärld, alltså ger vårt resultat en tolkning av våra deltagares berättelser och diskussioner utifrån våra subjektiva tolkningar och de teorier vi utgår ifrån.

5.7 Urval & avgränsningar

När vi hade bestämt oss för att det var ungdomar vi ville undersöka så hade vi redan en ganska klar bild över vart vi skulle vända oss. Vi valde att ta kontakt med skolor vi tidigare hade varit i kontakt med under vår VFU (verksamhetsförlagd utbildning), där de hade sagt till

oss att vi var välkomna tillbaka. Vi valde elever på gymnasieskolor, och ville helst ha tredjeårselever, eftersom vi ansåg att eleverna dels kan ha kommit till viss insikt kring media och deras egen identitet, vilket kanske gjorde vår studie lite enklare att genomföra, dels för att de är mitt uppe i identitetskapandet och funderingar kring sig själv. Att vi valde tredjeårselever beror också på att vi genom att ha deltagare i myndig ålder, inte behöver tänka på sådant som samtycke från föräldrar (Nygren 2009, s.33). Dessa ungdomar kan också vara extra ansatta av media i form av Facebook och reklam på grund av mycket datoranvändande, speciellt då ungdomarna har datorer på skolan under skoltid. Men också en stor anledning till varför vi riktade in oss på just tredjeårseleverna var eftersom vi ansåg att de kommit så långt i sina studier att de inte skulle ha några svårigheter med eventuella begrepp vi möjligen skulle kunna komma att ta upp.

Vi besökte tre olika gymnasieskolor som låg i en mellanstor stad i Västsverige. Vi tog kontakt med olika lärare vi stötte på i korridorerna och frågade om vi möjligen skulle få chansen att låna fem minuter av deras lektionstid för att personligen få informera och dela ut lappar till eleverna. Vi gick ut i klasserna vi fick lov till att komma in i och presenterade oss och vår uppsats, delade ut lappar till alla elever i rummet och kom sedan tillbaks efter lektionen så eleverna fick lite betänketid innan de skrev under samtyckeslapparna. Vi sa till dem att de kunde bilda grupper om 4-5 personer vänner emellan om det kändes bekvämare än att vi gjorde grupper åt dem (Nyström 2012, s.78-79). När vi efter tre dagars intensivt letande efter deltagare insåg att det gick lite trögt att få villiga elever så gjorde vi som så i sista klassen att vi sa till eleverna att om de har några klasskompisar i andra klasser som kan tänka sig att bilda en diskussionsgrupp med dem, så får de gärna ta kontakt med dem och så kan vi sedan höra av oss till dem. Detta kallas enligt Larsson (2005 s. 103) för snöbollsurvalet, där de vi fick kontakt med hjälpte oss att söka vidare bland deras skolkamrater för att hitta fler deltagare till intervjun.

Vi ville ha både tjejer och killar med i studien och valde därför medvetet både killar och tjejer till intervjuerna och inte bara slumpade fram deltagare bland eleverna. Att ha båda könen representerade i studien var relevant då vi hade frågor som berörde sådant som socialt kön och skillnader mellan killar och tjejers media användning. Önskvärt hade varit att ha med lika

många killar och tjejer i studien för att resultatet skulle bli så rättvist som möjligt. Dock var vi främst ute efter deras tankar, och inte en absolut verklighet. De elever som valde att vara med i studien var dessutom så få att vi i princip tog med de som ville vara med. Enligt Smith & Osborn (2003, s. 57) så är det lämpligt att om det är första gången man använder sig av IPA att man har tre grupper och vi bestämde oss då för att vi skulle ha just tre grupper. Det var ett lagom antal, inte för få och inte för många. Dock på grund av svårigheter att få tag på deltagare och på grund av att elever var sjuka vid intervjutillfället så blev det endast två grupper med fyra deltagare vardera. Eftersom en homogen grupp är önskvärd vid gruppintervjuer av denna sort, där vi bör ha deltagare som är i kontakt med det som vårt syfte undersöker, alltså media (Smith & Osborn s. 56), så gjorde vi inte ett randomiserat urval, utan valde att se till så eleverna visste att studien handlade just om media och att de då också måste vart i kontakt med det. Sedan lät vi eleverna själva skapa sina grupper.

5.8 Etiska reflektioner

Att utföra en undersökning kräver ständiga etiska överväganden. Kvale & Brinkmann (2009, s.77-78) talar om intervjun som ett moraliskt företag. En intervju inbegriper både mänsklig interaktion som påverkar den individ som blir intervjuad, och den kunskap som kommer där utav gör skillnad för den syn som vi har på människor och deras situationer. Ett övervägande som bör göras är risken för personers deltagande gentemot nyttan med studien. Nygren (2012, s.26) skriver att det vore enklare att göra en sådan bedömning om det fanns klara riktlinjer för vad som är en nyttig studie. Vi fann att risken för ett särskilt utpekande och utifrån utpekandet önskade konsekvenser inte var stor då studien inte syftade till att peka ut en särskilt utsatt grupp eller att ifrågasätta någon verksamhet (Skærbæk 2012, s.138-139). Vår studie berör identitet och media, vilket är områden som de allra flesta människor kommer i kontakt med. Identiteten kan anses som individens personliga angelägenhet, men vår studie är inte främst ute efter att granska de deltagandes identitet, utan vilka tankar de har kring identitetsskapande. Vi är medvetna om att den öppenhet som dessa intervjuer framkallar kan ha dragningar åt det terapeutiska slaget (Kvale & Brinkmann 2009, s.89-90). Vi ställde därför sällan några direkta frågor till en individ, utan riktade dessa till gruppen, detta även om det handlade om vad de själva hade för åsikter kring ämnet. Gruppintervjun behandlades snarare

som en diskussion mellan deltagarna än en intervju mellan oss och gruppen. Att vi gav dem frågor som de sedan diskuterade, tror vi bidrog till en intervju utan inslag av det terapeutiska.

När vi besökte klasserna informerade vi dem om vad studien skulle gå ut på och deras roll som medverkande. Vi informerade dem om hur vi skulle nyttja den information som skulle delges oss genom gruppintervjuerna, det vill säga att resultaten skulle publiceras i en kandidatuppsats som skulle finnas publikt tillgänglig på DIVA. Vi förklarade hur vi skulle göra för att försöka hålla dem så anonyma som möjligt, både genom hur vi förvarar materialet och hur vi kommer att skydda dem i transkriptionen. Dock kan inte fullständig anonymitet tillförsäkras då gruppdeltagarna känner till varandras medverkan, detta eftersom de till att börja med bildade en grupp själva. Detta går att likna vid vad Nyström (2012, s.78-79) skriver om hur deltagarnas möjlighet att hålla sina uttalanden anonyma vid en gruppintervju försvinner, vilket kan påverka såväl själva intervjun som interaktion mellan eleverna utanför intervjutillfället. Genom den informationen som vi delgav varje klass uppfyllde vi informationskravet, nyttjandekravet och konfidentialitetskravet. Dessa krav lägger grunden för samtyckeskravet (Kalman & Lövgren 2012, s.13-14). Samtycket gav deltagarna genom att skriva på en informationslapp med bifogad samtyckeslapp, detta efter att de hade fått tillfälle till att ställa frågor om ytterligare information än den vi hade gett (Nygren 2012, s.32-33).

Kvale & Brinkmann (2009, s.48-49) skriver att frågor kring makt sällan har berörts inom den fenomenologiska livsvärldsintervjun då den har en empatisk och harmonisk framtoning. En forskningsintervju är dock inte att likna vid ett vanligt samtal då det är forskaren som har definierat såväl ämne, som vilka frågor som skall ställas. Deltagarnas roll är att delge tankar och beskrivningar, medan forskaren har tolkningsföreträde. Vi är medvetna att vi som författare av studien har makten över diskursen. Det är en maktassymetri där vi som genomför studien och deltagarna ej är att se som jämlikar. Eftersom kvalitativ forskning är interaktiv finns alltid risken att forskaren får särskilda band med en grupp och förlorar sin professionella roll. Dessa band kan leda till att forskaren betonar resultat från en grupp, mer än från en annan där dessa band inte har bildats. Risken finns att forskaren förlorar sin distans och gör tolkningar ur deltagarnas perspektiv (Kvale & Brinkmann 2009, s.91). I det här fallet

ser vi som det en fördel att vi är två. Det blir två tolkningar av gruppintervjuerna, vilket förhoppningsvis minskar risken att studien dras åt ett snedvridet håll.

I Kalman & Lövgren (2009, s.14) diskuteras konfidentialitetskravet. Det handlar om hur forskarna värnar om de individer som deltar i studien. Framförallt berör det hur forskaren sköter den data som de får från exempelvis bandinspelningar, anteckningar och transkriptioner, men också hur resultatet redovisas. Det är av ytterst stor vikt att obehöriga ej får tillgång till materialet, och att läsarna inte kan utläsa i texten vilka personer som deltagit i studien. I den här studien kommer bandinspelningar och transkriptioner att förvaras i en låst mapp i våra datorer. Detta är en mapp som inte syns förutom om någon öppnar låsningsprogrammet "My lockbox", och då står fortfarande ett lösenord i vägen. Dessa inspelningar och transkriptioner kommer att förstöras efter att kandidatuppsatsen är godkänd. Vad det gäller de redovisade resultaten kommer varken, ålder eller ort att förekomma. Avsnitt som är för specifika kring en deltagares personliga upplevelser kommer inte att användas i den färdiga kandidatuppsatsen, då det i forskning som berör personliga erfarenheter och reflektioner är särskilt viktigt att hålla på konfidentialiteten. Detta går att likna med hur Kalman & Johansson (2009, s.44) beskriver vikten av att hålla informanter anonyma när de gjort personliga uttalanden. Ett annat viktigt övervägande handlar om transkriptionen, något som Kvale & Brinkmann (2009, s.193) tar upp där de beskriver övergången mellan talspråk till skriftspråk. Frågor för oss blev då om vi skulle plocka bort andningspauser, ord som "hm" och "eh"? Skulle vi förlora de ursprungliga meningarna? Eller skulle talspråket peka ut de intervjuade på ett sätt som för dem ej är fördelaktigt. I den här studien kommer sådana ord och andningspauser att plockas bort, om inte de anses ytterst viktiga för att meningen i uttalanden skall gå fram.

6. Resultat & analys

I följande avsnitt kommer utdrag ur båda gruppintervjuerna som genomförts att presenteras inbakat med varandra då vi inte gör en jämförande studie dem emellan. Då vi har valt att redogöra för resultatet och analysen under en rubrik kommer citat att förekomma sammanflätat med analysen i en text. Vi väljer att benämna våra deltagare i gruppintervju 1 som tjej 1, tjej 2, kille 1 och kille 2. I gruppintervju 2 benämner vi dem som tjej A, tjej B och tjej C. Detta gör vi då vi tagit med konversationscitat i analysen och det då blir enklare att följa konversationen deltagarna emellan.

6.1 Tillgänglighetens dilemma

Deltagarna ställdes tidigt i intervjun inför frågan om vilken sorts media de kommer mest i kontakt med, denna fråga ansåg vi viktig för att kunna avgränsa vilken sorts media som vi skulle komma att beröra mestadels i intervjun.

Men det blir mer på internet tycker jag, än tv, alltså media, klart man tittar på tvprogram, men jag tänker såhär, nyheter o aktuellt så de eller de ser jag mer på internet - **Tjej 1**.

Jag hade gärna fått hem typ, Dagens Nyheter men det är så himla dyrt, nu har dom ju sån här DN plus på allting som är intressant o läsa så. Det går inte. Men ne men, lite radio, mest, mest tidningar, på internet då, jag har ingen TV hemma så - **Kille 1**.

[...] så de e ju väldigt lätt på det sättet om man har lite tid över liksom å sitta med mobilen å bara kolla lite, men eftersom man inte har tidningen med sig hela tiden liksom - **Tjej A**

[...]om ja hade valt asså rent såhär vad jag skulle vilja ta till mig så väljer jag tidningen som jag läser på morgonen, men jag är ju inne på Facebook, asså varannan minut, asså när man har den i handen såhär. - **Tjej 1**.

Innan jag skaffade en smartphone så var jag knappt inne på Facebook, men efter jag skaffade smartphone så är man inne hela tiden i princip o det är ju väldigt, asså det är ju onödigt, för man tittar ju liksom bara för att man inte har något o göra. - **Tjej 2**.

Där e det ett ganska hårt klimat, om man gör, hur ska man säga, om man gör. Om man kommenterar fel o eller om det blir konstigt med kommentarer eller nånting eller att man gillar fel bild eller nått sånt där. - **Tjej 2**

[...] Jag vet också att man kan, får man ingen smiley på ett sms så tänker man 'e dom arga?' ne men det e ju lite så - **Tjej 3**

[...] det känns dumt att säga att det [sociala medier] e viktigt, för jag tycker inte att det e. Det låter jätte dumt – **Tjej 1**

[...] väldigt effektiv med internetvärlden [...] har ju kunnat spridas bilder på ett sätt som inte annars skulle kunna gjorts [...] blir liksom en annan grej när man kan se videoklipp från folk som har filmat det från kanske deras egen [...] de e ju nånting som dom har att det är en ganska stor grej. – **Kille 1**

Flera av deltagarna uttryckte ett intresse för dagstidningar som viktig information, men att dessa ej var ständigt uppdaterade och att de kostade pengar. Internet sågs som en mer lättillgänglig arena för information då Internet fanns åtkomligt genom deltagarnas telefoner som de ständigt bar med sig. Internet sades också innehålla såväl uppdaterad information om vad som händer i världen, men också bloggar, Facebook och Instagram, vilka nämndes som sociala arenor där deltagarna själva kan uttrycka sig och följa andra människors vardagar. Även deltagarna i Awan & Gauntletts (2013) studie uttryckte sig om att de sociala medierna användes för att ha kontakt med andra människor och följa deras vardagar. Dessa deltagare talade även om hur chattforumen på de sociala medierna tillät dem att uttrycka sig kring mer känsliga ämnen än vad de skulle göra om de stod ansikte mot ansikte med någon. Dock talades det om hur dessa konversationer lätt kunde leda till missuppfattningar, delvis genom att någon inte använde sig utav smilisar (Awan & Gauntlett 2013). Att missförstånd lätt kan uppstå på sociala medier var något deltagarna i vår studie också nämnde, vilket gjorde dessa sätt att hålla kontakten delvis problematiska. Dock ansågs de sociala medierna av deltagarna som ett snabbt och smidigt sätt att få tag på andra människor på grund av den stora tillgängligheten. Dessa arenor benämndes dock som oviktig media som de ofta ändå valde framför dagstidningar, vilket de definierade som viktig media. Det diskuteras också i intervjun kring att sociala medier inte är viktigt och är något de egentligen inte alltid vill ta del av, eftersom det bara handlar om hur folk “äter mackor” och “träffar kompisar”. Dock nämner flera av deltagarna att de inte kan låta bli att ta del av den sortens media som de egentligen vill undvika och att de är inne väldigt mycket mer än vad de egentligen skulle vilja. Flera gånger under gruppintervjuerna nämnde deltagarna att det är tidningarna, såväl i pappersform, som på Internet, som står för den viktiga informationen.

Att vara uppdaterad kring vad som händer i världen nämndes av deltagarna som väldigt angeläget. Deltagarna sade att de sociala medierna ofta kunde ge information från insidan av till exempel katastrofer i världen då individers egenfilmade upplevelser ofta publicerades där och spreds snabbt. De sociala medierna sades av deltagarna därmed ge en möjlighet till inblick bakom kulisserna vid olika stora händelser i världen. Smartphones inträde i vardagen nämndes som en viktig komponent för tillgängligheten till Facebook och Instagram. Våra deltagare uttryckte att de i och med smartphonen kände en utsatthet från de oviktiga medierna som genom tillgängligheten blev konstant. Detta går att härröra till Gripsrud (200, s.16-18) som talar om hur media är att anse som samhällets förlängda arm in i individernas intimsfär. Det handlar om att media får en direkt plats i individers vardagsliv där de kan få förmedla vad andra människor tycker är viktigt, roligt och tråkigt. Det handlar om individuella val kring vilken media som individerna tar del av gällande såväl information, som nöje.

Vi tolkar deltagarnas uttalanden som att de anser att de sociala medierna har både fördelar och nackdelar. Nackdelarna ligger i de olika uppdateringar som deltagarna inte anser vara intressanta, samt den stora mängden oreflekterad information som de tar till sig i förbigående när de tar del av andra individers bilder och uttalanden. Att ta del av information utan att reflektera över den var något som deltagarna sade sig göra då det är ett så stort informationsflöde som de ständigt nås av. Fördelarna med de sociala medierna tenderar ändå ur vår tolkning väga över nackdelarna då det är en ständig uppdatering, samt en stor tillgänglighet till både information och kontakter. Vi finner att det är hur dessa medier används som synliggör både medias positiva och negativa sidor (Gripsrud 2000, s.41-42). Vi tycker oss se en medvetenhet hos deltagarna där dessa reflekterar över sin kontakt med media, men att tillgängligheten och det stora utbudet vinner över deltagarnas vilja att sortera sitt informationsintag. Vi ser att smartphones ständiga närvaro är en viktig faktor som bidrar till valet av media som deltagarna kommer i kontakt med, om det så handlar att fördriva tiden på bussen eller rasterna. Därför kommer vår analys härefter att främst beröra Internet som media, och däri de olika sociala medier som deltagarna framhöll som den median som många av deltagarna frekvent kom i kontakt med. Detta som deltagarna nämner stämmer dessutom väldigt bra överens med den tidigare forskningen inom media från Nordicom. Åldergruppen 15-24, där våra deltagare passar in var den grupp som hade störst tillgång till internet och

dessutom var den åldersgrupp som använde sig mest av sociala medier än någon annan. Den genomsnittliga användningen av internet bland samma åldersgrupp låg på 196 minuter om dagen. Om vi ser till dessa siffror som stämmer bra överens med vad vi fick höra utav våra deltagare, så har våra deltagare och förmodligen ungdomar i allmänhet väldigt stor kontakt med internet och sociala medier varje dag och väldigt mycket (Nordicom).

6.2 Att ha distans

I kommande citat diskuterade deltagarna hur de förhåller sig till media och om de anser att det finns någon skillnad mellan killar och tjejer i det avseendet.

[...] om vi pratar om den här typen av media nu liksom. där du kan göra någonting själv mycket enklare, killar har nog vart o är nog fortfarande mer, har större distans till det, från sitt eget liv och det som dom lägger upp. Så känns det iallafall men det kan nog vara så att det har kommit spretats in en del åt det andra hållet också. Men asså, ego bilder [bilder man tar på sig själv] och sånt e ju ingenting som killar kanske sysslar med riktigt lika mycket [...] för det finns en skillnad där, det, de e ju inget snack om saken. - **Kille 1**.

Ja men jag minns typ när jag va yngre, asså va man kolla på typ filmer de typiska karaktärerna för den perfekta tjejen. Blyg liksom, MVG i skolan, jättesöt å sådär - **Tjej A**.

Pratar inte, väldigt tyst - **Tjej B**

Sånt där blev jag väldigt påverkad av å just tidningar, men just nu känner jag mig säker att jag formar mig själv lite mer så här. Men just i den åldern för några år sen då va de inte alls självklart [...] - **Tjej A**.

[...] många fler tjejer som håller på Instagram till exempel, eller bloggar. Det är inte så många killar som gör det. [...] asså det är ju mycket mer tjejer än killar som lägger ut bilder på sig själva. Kanske i yngre åldrar att killar också gör det. För jag vet inte hur det va, asså när vi var små, jag tänker såhär tretton fjorton, hur det var när vi var små om det var samma sak då om killar också postade massa bilder på sig själva, men det är ju inte så i, nu i våran ålder [...] - **Tjej 1**

[...] finns ju massa såhär små normer om hur man ska bete sig på internet. O det beror ju på från vissa kretsar [...] - **Tjej B**

[...]bloggar är jag inte inne på så mycket hehe - **Kille 1**

[...]Fast det har blivit mer kill-ideal också. eller, känns det som att killar, det har blivit ännu mer att killar också ska [...] se ut på ett visst sätt o gör gärna en instagram om det typ. hur dom tränar [...] det har blivit så mycket mer hets liksom. - **Tjej 1**

När jag väl skriver försöker jag skriva något som jag själv tycker e kul som jag tror andra uppskattar att läsa eller nånting [...] – **Tjej C**

I citaten ovan diskuterar deltagarna hur de menar att killar och tjejer förhåller sig till media och om de finner någon skillnad. Det framkommer även under intervjun att deltagarna anser att tjejer blir mer påverkade av media, men att de tror att medias påverkan på killar är på väg att öka. Detta härrör de samman med den ökande användningen av sociala medier, och där i Instagram där de har upplevt att många killar lägger upp bilder och texter på hur de tränar och vilka resultat de får. Deltagarna uttrycker flera gånger att de ser skillnader på hur tjejer och killar förhåller sig till media. Det nämns vid ett flertal tillfällen att de tycker att tjejer blir mer utsatta av media då det finns större representation av media som riktar sig till tjejer, till exempel modetidningar, och att tjejerna därmed löper en större risk att påverkas i en viss riktning. Denna sortens media, vilken ger tjejer instruktioner kring hur de skall se ut och bete sig, det vill säga vilken ram det sociala könet har, sade deltagarna påverkade dem mer som yngre. I dagens läge sade sig deltagarna inte påverkas lika mycket av sådant som filmer och tidningar. Instagram och Facebook sades av deltagarna vara större arenor för påverkan, vilka var svårare att undkomma och därmed svårare att inte påverkas av. Deltagarna såg också att killar i större omfattning börjar komma in i medierna på samma sätt som tjejerna, vilket i sin tur kan komma att påverka de killar som använder sig av medier. Dock sade de sig ännu ha en större distans till media än tjejer, och att de därmed inte blev lika påverkade utav den media som de kom i kontakt med.

Dessa uttalanden kan förbindas med den studie som gjordes av Hargreaves & Tiggemann (2004) där resultatet visade på att killarna inte påverkades lika mycket som tjejerna av den reklam som berörde kroppsideal. Hargreaves & Tiggemann (2004) resonerade som så att killarna kanske i större utsträckning skulle påverkas av muskelidealet då de blev äldre. Resonemanget kring tjejers större påverkan av media härrördes till det faktum att en större mängd media som berör sådant som utseende och hur en individ skall lyckas riktar sig till tjejer än till killar. Dock nämnde Hargreaves & Tiggemann (2004), i likhet med deltagarna i vår studie, att allt fler medier också riktar sig till killar. Vid en diskussion kring vilken sorts

media som kändes mest viktig i deltagarnas vardagsliv nämnde en av tjejerna sociala medier och bloggar. Båda de närvarande killarna sa att bloggar inte var något de ägnade någon särskild tid åt, och det nämndes som en av tjejerna som mer "tjejigt". Deltagarna delade upp en del saker inom media som till exempel bloggande, efter kön. De nämnde också i gruppintervjuerna att bloggande killar är ovanligare än tjejer som bloggar, att de blir mer förvånade när de stöter på en bloggande kille. Vid uppräknandet av några stora bloggare i Sverige, visade sig det sig ändå att en av de mest kända var en kille, vilket i denna grupp bryter lite mot könsnormerna.

Vår tolkning utifrån deltagarnas uttalande kring tjejer och killars sätt att förhålla sig gentemot media är att de båda könen i dagens läge har svårt att låta bli att påverkas, detta på grund av den ständiga uppkopplingen till sociala medier. Hur tjejer och killar syns på de sociala medierna närmar sig varandra i dagsläget, men det finns fortfarande vissa aktiviteter som det har satts kön på. Killar "skall" inte bry sig så mycket om media, och en kille som rör sig inom dessa sammanhang var förr ännu mer ovanlig än i dagsläget. Deltagarna kopplar detta till killar och tjejers ålder, att yngre ungdomar syns på ett annat sätt på de sociala medierna än vad de själva gör. En av tjejerna som befann sig på gruppintervju två sa att statusuppdateringar endast görs när hon anser sig ha något intressant att säga och att till exempel lägga upp sorgsna bilder med lätttexter under inte var något hon eller de i hennes umgängeskrets sysslade med. Deltagarna nämnde till exempel att yngre ungdomar ofta hade ett annat beteende på de sociala medierna än vad de själva hade. Detta innebar fler egobilder, fler texter som handlade om vad individen precis hade gjort, och olika sorters lekar där individer skall skicka olika bokstäver till varandra, vilket är koder för vad individerna tycker om varandra. Detta beteende av de yngre ungdomarna sågs av deltagarna som irriterande, men de hade överseende med det då de antog att de själva betedde sig liknande när de var yngre. Beteendet bland de yngre ungdomarna sattes i jämförelse med äldre användare av sociala medier där det ofta enligt deltagarna handlade om att visa upp vad man hade bakat, om deras partner hade köpt något fint, eller om användarnas barn hade städats. Dessa beteenden på sociala medier sågs inte vara något som främst killar eller tjejer stod för, utan något som berodde på ålder. Därmed sågs inte det sociala könet som det som framför allt avgjorde en individs handlande på de sociala medierna. Kanske är inte det sociala könet den

största faktorn till på vilket sätt en person förhåller sig till media, utan bör kanske härröras till ålder och det sociala sammanhang som individen tillhör. Detta går att jämföra hur Butler (2007, s.184) talar om kulturella konstruktioner av identitet och det sociala könet. Butler ser att olika konstruktioner av det sociala könet görs inom olika sammanhang, vilket i det här fallet skulle innebära att ett lämpligt handlande för sitt kön är både situation- och kontextbundet.

6.3 Vem skall man lyssna på?

Vidare under diskussionen under gruppintervjuerna framkom en osäkerhet över vilka informationskällor som är värda att lyssna på. I detta sammanhang talades det om en känslighet för yttre påverkningar på identiteten och hur detta varierar i och med åldern.

Aa fast risken e ju att man inte växer upp från den där känsligheten typ, asså att man e, jag tror att många kan känna även idag att de e jätte[påverkade] [...]liksom de vet inte vilka de själva e eller liksom vet inte va dom ska lita på asså vet inte vem de ska lyssna på å de, de e ju en risk tycker jag. - **Tjej B.**

Men de gäller ju lite på va personen i sig väljer å ta åt sig, ska jag liksom, a men den här, den här källan litar jag på eller ska man gå ta lite från varje å se hur var å en säger om det. – **Tjej C**

[...] man lär sig hela tiden vem man e, förhoppningsvis mer själv. Asså i den åldern e man väldigt vilsen och man tänker jättemycket kanske på vilka kompisar ska jag ha och det är viktigt att liksom vara någon, det är viktigt o synas. Så att då e de väl mycket mer och så växer man ifrån det på nått sätt. – **Tjej 1**

Det förstnämnda citatet talar om hur det är lätt att än idag bli påverkad av media och där i de normer som media förmedlar. Deltagaren nämner att det kan vara svårt att växa ifrån den känsligheten då det är svårt att veta vem det är värt att lyssna på, vem det är som säger det rätta sakerna. Det andra citatet ifrågasätter också vem som individen skall lyssna på. Är det en källa som individen litar på, eller är det bästa att lyssna in vad flera källor säger om samma sak? Det tredje citatet sätter känsligheten som något egentligt åldersbundet. Att osäkerheten i vem individen är och hur den skall bete sig är något som individen skall växa ifrån.

Ovanstående citat nämner att alla inte växer ifrån den känslighet som de tidiga ungdomsåren innebär. Vi tolkar detta som att media kan skapa en känslighet hos individen som inte går bort

med tiden. I detta fall talade deltagarna om bilder i media som handlade om skönhetsideal. Enligt det socialkonstruktionistiska perspektivet, vilket går att läsa om i Searle (1995, s.15), så är skönhetsideal något som vi själva, och också media konstruerar.

Socialkonstruktionismen säger även att vi som individer och vårt individuella jag påverkas av omgivningen och de konstruktioner som finns där. Dessa konstruktioner kan i sin tur påverka individers identiteter genom att förändra våra åsikter, tankar och hur vi ser på saker. Hacking (1999, s.15-16) talar om hur socialkonstruktionismen ser på identiteten som skapad i mellanmännisklig interaktion, det vill säga det sociala. Det sociala skapar identiteten, och då media i dagens läge är att se som en del av det sociala, kan media kanske ses som medskapare av identiteten. Att som ungdom veta hur man skall förhålla sig till den information som media förmedlar kan vara svårt då media innehåller både fakta, olika sorters nöje och ger möjlighet för individen att själv visa vem den är. Det kan bli en balansgång mellan andra personers åsikter och ens egna åsikter, vilka enligt de socialkonstruktionistiska synsättet formas utav vad omgivningen har för syn på hur saker skall vara. Det vill säga är inte individen ensamt ansvarig för sin identitet och kan enligt den socialkonstruktionistiska teorin bli fri från sådant som internaliserats i identiteten under uppväxten. Vår tolkning är dock att ett sådant frigörande kan bli svårt med en extra känslighet för omvärldens påverkan.

6.4 Säger en bild mer än tusen ord?

I kommande stycke diskuteras de uttalanden som deltagarna gjorde kring medias olika sätt att framställa män och kvinnor, genom såväl bilder som skrift. De talade om dessa bilder och texters underliggande mening och vilken bild dessa framställningar ger kring de olika könen.

Exempelvis det där med bilderna det påverkar ju bilden av hur man ser män och kvinnor, vilka som är maktfulla och så. - **Tjej 1**

[...] det finns ju ett klassiskt exempel med hur kameran är vinklad på om det är kvinnligt ansikte, då är det oftast vänt och leende o sådär. o ett manligt ansikte e ofta uppifrån [...]-
Tjej B

Det e ju liksom, skulle man jämföra ett hockeylag med ett dansteam typ med tjejer så tror jag att det blir ganska stor skillnad på vad idealet o normerna e där. – **Tjej C**

Tyvärr tror jag, om man ser hur dom speglas i media, så tror jag att om hockeylaget skulle vara med i den tidning så skulle det koncentreras mer på deras prestation, o det kvinnliga danslaget hade de fokuserats mer på deras utseende, tror jag. tyvärr. – **Tjej B**

[...]De e de som skapar att aha men jag e tjej då måste eller då eller då leker ja med dockor, det finns liksom inget annat [...] – **Tjej B**

[...]Men [leksakerföretag] katalogen det är fortfarande väldigt uppdelat liksom vad som är killar och vad som är för tjejer. Å de finns en anledning till varför tjejer varför de bara e rosa för tjejer å varför de e blått för killar i barnaffären. Liksom dem matas in hela tiden. – **Tjej 1**

Under båda gruppintervjuerna nämndes ett exempel på hur media skiljer på män och kvinnor, det genom att ta kort ur olika vinklar. Deltagarna sade att bilder på män ofta tas ur en sådan vinkel att de ser stora ut, och därmed mäktiga ut. Kvinnorna fotades ofta istället på ett sådant sätt att de såg små ut. Deltagarna nämnde detta som ett sätt att konstruera synen på mannen som den med makt. Vi tolkar detta till att makt blir till en egenskap, något som inte endast förvärvas, utan kan ärvas i och med att en individ föds till man. Deltagarna drog också exempel från olika reklam där framträdandet av produkten varierar på vilket kön den riktar sig till. Om reklamen riktar sig till små tjejer tenderar det att innehålla rosa och dockor, medan reklam riktat till killar ofta är blått, "coolt" och fyllt med action. Denna distinktion mellan könen i reklam fortsatte i många fall upp i åldrarna, fast med några förändringar. Deltagarna sa att det förutsattes att killar och tjejer var på ett visst sätt eller gillade vissa saker, på grund av sin könstillhörighet. Helen Thomson (2003, s.11) talar om hur könet hos en person för med sig vissa förväntningar. Hon kallar det för "könspådraget". Är du kvinna eller man förväntas det att du har ett visst sorts jobb, klä dig på ett visst sätt eller uppföra dig enligt de normer och egenskaper som ditt biologiska kön är tilldelat. Deltagarna nämnde ännu ett sätt som media skiljer på män och kvinnor. När det rapporteras kring idrott fokuseras det ofta på männens prestation, medan det för kvinnorna istället för prestation fokuseras på deras utseende. Detta var något deltagarna sedan tog vidare i en diskussion om huruvida detta sedan blev en norm. Att tjejer bedöms efter sitt utseende medan killar bedöms utifrån deras prestationer. Vi funderar över hur detta kan komma att påverka deltagarna att enbart bli bedömd efter sitt utseende trots att de till exempel precis vunnit en fotbollsmatch och det skrivs i tidningen om vad de hade på sig, eller något annat kommenteras utseendemässigt,

snarare än om det hade stått om hur bra de presterade i matchen. Om detta förekommer vet vi dock inte, dock gjorde deltagarna en skillnad på olika idrotter, här ishockey och dans, som de delade upp efter könstillhörighet. Detta tänker vi kan vara ännu en faktor till varför tjejer påverkas mer än vad killar gör när det kommer till medias påverkan. Studien som beskrivs av Knauss m.fl. (2008) tar upp hur tjejer oftare tenderar att bli objektifierade än killar, att tjejers kroppar oftare hamnar i fokus än killars kroppar. Detta visade sig leda till ett större missnöje kring kroppsuppfattningen bland tjejer än bland killar. Vi finner att den skillnad som görs mellan könen i såväl reklam som rapporteringar påverkar omgivningen genom sitt sätt framställa de två könen. Om det är så att bilden som tages är ur olika vinklar baserat på könstillhörighet för att tilldela det sociala könet en viss egenskap, eller om den genom sin rapportering från idrottsevenemang ger olika bilder av idrottsframföranden beroende på vilket kön som står i fokus. Deltagarna visar en stor medvetenhet på vad bilder och texter de tar del av i media innebär och att det är en skillnad mellan hur könen porträtteras, men att ständigt blir bedömd efter sitt utseende, även om det faktiskt är en prestation det handlar om tror vi måste påverka individen tillslut.

6.5 Att sätta kön på en egenskap

Att egenskaper tilldelas kön talade deltagarna också om under diskussion om vad som är manligt och kvinnligt. Deltagarna diskuterade hur dessa uppdelningar i manligt och kvinnligt påverkade deras egen syn på deras sociala kön.

Ja problemet e väl att vissa egenskaper har satt ett kön på att när man e vän så e man automatiskt mer kvinna, e man, e man aggressiv då e man mer manlig asså. Det tycker jag e ett problem i media att de sätter, eller viss media sätter egenskaper, eller sätter kön på egenskaper å de e väldigt dumt tror ja. De e de som skapar att aha men jag e tjej då måste eller då eller då leker ja med dockor, det finns liksom inget annat [...] - **Tjej B**

Jo men verkligen, o det blir väldigt jobbigt, det e ju tyvärr så i media att som tjej har man fått höra att man ska vara tyst, [...] och att det är mannen som har rätt på nåt sätt. [...] när man känner att man inte är sån själv [...] Om man tänker filmer så e det alltid den dumma tjejen som pratar mycket och har åsikter o e liksom. Tar mycket plats. det är alltid liksom den tjejen som, den goda tjejen eller såhär 'nej, jag tycker inte om dig [...] o då blir det ju lite såhär, aha okej, hur ska jag va? [...] - **Tjej B**

På nått sätt dras man ju dit också för om jag tänker att jag ska köpa en present till en som fyller fem, en tjej då, asså då går man ju å tittar där bland barbies å sånt så de blir ju automatiskt också för att man antar att de e de vill ha, så de e klart man påverkas. – **Tjej C**

Men det känns som det börjar jämna ut sig [...] det har vart väldiga skillnader liksom iallafall [...] nu liksom kan det vara lite såhär, dom gränserna är inte lika tydliga längre, det tror jag också att media har hjälpt till att kanske suddat ut till en viss del. – **Tjej 2**

Deltagarna uttalade att de kände att media är en stor del i vad som påverkar hur könsrollerna och det sociala könet ser ut. Det gavs exempel på att hur mycket deltagarna än tänker på att inte dela upp könen så hamnar de ändå vid dockorna när de skall köpa present inför ett kalas för en liten tjej. Att tjejer antas gilla dockor var något deltagarna sade sig ha fått till sig via media, i det här fallet reklam. Flickor framställs som lugna och omhändertagande varelser som leker med sina dockor i en rosa omgivning, medan killarna springer runt med sina låtsasvapen och skjuter på varandra. Denna distinktion mellan könen gällande till exempel leksaker skriver Thomsson (2003, s.11) om när hon beskriver det könspådrag som bedrivs från omgivningen från det att barnets biologiska kön har blivit känt. Deltagarna nämnde dessa könsroller som en norm i media, att de fått veta och ta till sig att kvinnor skall vara tysta och männen skall ta plats och ha makt, medan kvinnan bara skall stå bakom. Den sortens tjej som framställs som den ”goda” inom filmer är den som är tyst och som inte är rättfram i sina åsikter. Den ”dumma” tjejen är däremot tvärtom; tar plats, pratar mycket och har åsikter. Deltagarna diskuterade här hur dessa filmer fick dem att ifrågasätta hur andra människor såg på dem om de inte betedde sig enligt normerna som sattes för deras sociala kön. Deltagarna nämnde också medias makt att förändra synen på det sociala könet. Det diskuterades hur könsrollerna hade förändrats sedan deras mor- och farföräldrar var unga, och att deltagarna trodde att deras sociala kön inte har lika snäva ramar som de antog att den äldre generationen hade. Deltagarna ansåg att det började jämna ut sig mellan könen, och att media hade inblandning i denna förändring.

Thomson (2003, s.11) skriver om att kön är något som görs, vilket innebär att det är något som konstrueras socialt. Vi ser därför att det sociala könet skapas såväl i mötet med andra människor, som tillsammans med samhället, och där i media. Könsrollerna i samhället sades av deltagarna dock ha förändrats genom åren, och därmed vilka normer som de har att

förhålla sig till. Individer förväntas dock följa de normer som könsrollerna innebär och inneha de olika egenskaper som är satta kön på. Det vill säga införlivas olika egenskaper och beteenden som delar i det sociala könet, att en tjej skall vara på ett sätt, och en kille på ett annat. Under gruppintervju två talades det om dessa normer som skapas för de olika könen, och de konsekvenser normerna kan få för den enskilda individen. Tjejer antas vara på ett sätt, och när en tjej inte uppför sig enligt dessa normer är hon inte att anse som tjejig. Kanske har individen egenskaper och intressen som överensstämmer bättre med de normer som är satta för killar. Då blir hon en "pojkflicka". Detta går att koppla till Smedler & Drake (2006, s.54.55) som talar om hur en individs sociala kön blir synligt främst när en individ bryter mot de normer som är satta för det biologiska könet. Dessa normer upprätthålls av samhället genom de reaktioner som blir på de individer som bryter mot normerna. Det vill säga; om en kille uppför sig på ett sätt som går utanför de förväntningar som är lagt på dess sociala kön, och samhället reagerar på killens oväntade beteende, reproducerar samhället dessa normer. Utifrån det så tolkar vi det därför som att deltagarna tänker att media är en viktig faktor i hur de själva formar sina könsroller och att dessa normer reproduceras i samhället genom människors handlingar. Media och de normer som media är med att skapa och återge är därmed också med och påverkar deltagarnas identitet i form av det sociala könet, redan från det de föds och vidare genom livet. Vi ser detta som att kön inte görs helt enligt individens egna premisser, utan skapas tillsammans med media och det sociala sammanhanget som den befinner sig i.

6.6 Att vara tjej - ett kravfyllt uppdrag

Deltagarna nämnde vid ett flertal tillfällen i diskussionen att tjejer tog åt sig mer av de ideal och normer som fanns i media. De talade om detta som delvis åldersbetingat, men också om varför de tror att det är så.

[...] jo det ställs mer förväntningar på tjejer därför tar dom åt sig mer. Det e ju antagligen för att det ställs väldigt mycket krav på att va tjej. - **Tjej B**

Tjejer har ju fått bättre mer svängrum i alla fall och det där, det har inte gått lika snabbt för killar å få det svängrummet alls.- **Kille 1**

Ja tror man blir mer påverkad när man e yngre när man verkligen vill veta hur man ska bete sig å då lär man sig, då lär man sig av de här tjejtidningarna eller internetsidorna med teeninspiration å sånt. - **Tjej B**

[...] de här med lyckat liv, de känns väldigt mycket som de blivit viktigare nu att man ska ha ett jobb, man ska ha en karriär, man ska ha massa saker som e lite svåra å uppnå liksom. [...] typ kvinnomagasin [...] men de e mest kvinnor som läser de å de e riktat till kvinnor, då liksom förutsätter de att kvinnan som läser de här inte är arbetslös utan att hon har en karriär. Hon e smal å men kanske vill ändra lite på sin kropp, asså de förutsätter massa saker i sin text och jag, de tror jag liksom sätter igång de här att man känner sig väldigt misslyckad när man inte har allt de där för man blir inte inkluderad i texten. – **Tjej B**

Här i det första citatet ovan så förklarar en av deltagarna varför hon upplever att tjejer är mer påverkbara av media. Detta tolkar vi som att deltagarna ansåg att tjejernas könsroller påverkades av medias ställda krav på hur tjejer skall se ut och agera. Då det finns högre förväntningar på tjejer än på killar angående utseende och agerande så blir också medias påverkan också högre för tjejerna. Då socialt kön är en ständigt återskapande process (Butler 2007, s.214) så gäller även detta situationer som vid upplevelser av att media ställer krav på individer. Vi tolkar deltagarens uttalande som om att tjejer har högre förväntningar på sig att vara på ett visst sätt än vad killar har och tjejer därför lättare tar åt sig de krav som ställs på dem. Till exempel nämnde deltagarna att tjejer förväntas göra karriär, ta hand om sin familj, vara vältränade, ha ett snyggt hus och träffa sina vänner för att anses som lyckade. Det är förväntningar som tar kraft. Ändå kämpar många tjejer för att uppfylla dessa förväntningar som satts för deras sociala kön. Thomsson (2003, s.17) skriver om hur det sociala könet är process som involverar omgivningen. Det handlar för individen om att uppfylla dessa förväntningar från omgivningen för att få dess gillande. Om tjejer har högre krav på sig för att uppfylla mallen för vad det innebär att vara en tjej antar vi att de får kämpa mer än killar och det därmed också är mer kravfyllt att vara tjej. Samtidigt nämnde deltagare i en av gruppintervjuerna att tjejer, även om de har högre krav på sig att falla inom en ram av normer, har fått ett ökat svängrum snabbare än vad killarna har fått. Det talades bland deltagarna om att det fanns rörelser som jobbade för att kvinnorna skulle få samma rättigheter som killar då män stod högre upp i samhället, men att det inte fanns lika många som kämpade för att killar skulle få samma rättigheter som tjejer vilket en deltagare uttryckte var lite orättvist.

6.7 Att bli medveten om sin kropp

I diskussionerna kring vilka kroppsideal media förmedlar och hur det kan påverka ens kroppsuppfattning hade deltagarna mycket att säga. De talade om en fixering från media på den yttre kroppen och dess utseende istället för deras inre välmående.

[...] det är väl klart att det gör de har ju med allting de har ju med göra hur väl midjemått, bröststorlek allting, ska dina låar röra varandra. Det är klart det påverkar. - **Kille 1**

Sen e allting e så fixerat på kroppen väldigt mycket media e väldigt fixerat på din kropp, inte på hur du är, utan bara på din kropp liksom. O det tror jag gör ganska mycket, då blir man ju väldigt medveten om den liksom. O då vill man ju se ut så. – **Tjej B.**

[...] att man ska träna e ju faktiskt ganska bra ideal.. För att det e ju bra o träna, det e ju bra för din kropp, men det framställs på ett väldigt sjukt sätt [...] du ska ha en vältränad kropp, egentligen. Idealet säger ju egentligen att du ska ha en vältränad kropp[...] den säger inte, du ska träna för att må bra. – **Tjej B**

[...] det som kommer nu det är ju det här att de här med styrketräning. Nu är det inte bara killar som ska va starka utan nu tjejer de ska också va fitspo å allt va de kallas liksom [...] – **Tjej 1**

[...] om man e osäker ju från första början då tar man ju in alla de här intrycken då blir ju dem så mycket viktigare å då blir det ju ännu viktigare att leva upp till dem. Det kan aldrig bli bra egentligen känns det som [...] - **Kille 2**

Men skuld är ju inte det bästa sättet att motivera folk. – **Kille 1**

Jag tycker att de e lite oseriöst eller de har blivit, de e för oseriöst för att man ska ta de på allvar, asså de e ju som himla töntiga bara genom sina står de: ”du e vacker som du e, det här är vackra kvinnor som också kan va tjocka” typ såhär jätte töntigt å så sen nästa sida står de: så här går du ner tio kilo på en vecka typ. Asså de e lite [ohörbart] å då kan man inte ta de till sig för de e bara töntigt.- **Tjej 2**

Men tror ni inte så här ifall media bara bestämt sig, nå nu ska nu ska vi liksom få alla å va normala, alltså kurvor e snyggt å de e de e bra liksom. [...]]tror ni inte då att man hade ändrat bilden sakta [...] – **Tjej 1**

Här har deltagarna en diskussion kring kroppsuppfattning och hur media kan påverka andra ungdomar och dem själva. De pekar på hur de i medierna utsätts mycket för perfekta kroppar och ideal. Idealet för killar är att de skall vara slanka och muskelösa, ett ideal som tjejerna närmar sig. Deltagarna nämnde hur tjejer nu förtiden också skall vara vältränade, men inte för

muskelösa, men fortfarande smala. Dessa ideal går att finna genom tränings- och kändisbloggar, artiklar om hur du snabbast tappar kilona som påskmiddagen inneburit, catwalks, modetidningar, och filmer där de vältränade skådespelarna över överrepresenterade. De talar om att det fokuseras väldigt mycket på just den fysiska kroppen, snarare än till exempel ens inre välmående, som ofta sätts i andra eller till och med tredje rum. En av deltagarna sa att vissa tidningar försöker ge sken av att de vill hjälpa läsarna till att må bättre och vara sig själva och inte bry sig om vikt och utseende, men på andra sidan så står det en rubrik om "hur du går ner 10kg på en vecka". Detta gör att deltagaren inte kan ta de bra budskapen på allvar och sa att det känns löjligt. Att individer skall träna anser deltagarna vara ett bra ideal eftersom det är bra för kroppen. De nämner att hjärnan mår bättre av att kroppen får röra på sig. Dock finner deltagarna inte att det är för kroppens välmående som träningsidealet finns, utan för att kroppen skall vara välskulpterad. Återigen handlar det inte om individernas välmående, utan om att utsidan skall vara attraktiv. Detta fokus på kropp och utseende i sin tur gör att deltagarna känner sig mer medvetna om sin kropp och om hur de vill se ut. De tränar inte för att må bra, vilket någon av deltagarna nämnde som en egentlig bättre motivation än den skuld som uppstår för att de inte ser ut som idealen förespråkar. Vi tolkar detta som att deltagarna anser att media därför har en negativ påverkan på kroppsuppfattningen, både på dem själva och på andra ungdomar i allmänhet. Detta ser vi i relation till Adamsson (1999, s.61) där deltagarna i studien hade en positiv syn på sig själva, men till skillnad från våra deltagare inte hade för vana att utvärdera sig själva. Denna utvärdering anser vi att deltagarna i den här studien gör då de ständigt visar på en medvetenhet kring sin egen situation.

Frisén (2006, s.22-23) talar om kroppsuppfattningen som något föränderligt och som i ungdomsåren är i en speciell position i och med den utveckling som sker. Att kroppen utvecklas i tonåren gör att kroppen redan är i ett speciellt fokus bland ungdomar, och att allt mer sätta kroppen i centrum i samhället genom till exempel tidningar och bloggar tror vi kan påverka hur ungdomar ser på sig själva. Detta tror vi skulle kunna ses som att ungdomar är i ett extra utsatt läge och att yttre påverkan kan ha både negativa och positiva inverkan på kroppsuppfattningen. Att forma det yttre blir viktigare än att forma insidan av människan. Vi tror i likhet med deltagarna att osäkerhet på insidan förstärker koncentrationen på utsidan, då

en osäker individ lyssnar mer på vad andra personer har att säga om hur den skall se ut. Deltagarna trodde dock att kroppsidealet skulle kunna komma att förändras om media bestämde sig för att ge ut en annan bild av hur individer bör se ut. Deltagarna ansåg i likhet med oss att ett förändrat ideal som går mot större kroppar med mer kurvor skulle vara fördelaktigt för deltagarnas kroppsuppfattning då det idealet inte är ouppnåeligt.

6.8 Overklig verklighet

I dessa citat talade deltagarna om hur de ansåg att media ofta förmedlar en overklig verklighet, då den ansåg att den ofta är redigerad eller förskönad.

Det e ju verkligen ett omänskligt ideal som skickas ut, väldigt. **Tjej B.**
Man mår ju inte bra av det.” - **Tjej C.**

[...] för att man kommer alltid hitta nånting annat som man är missnöjd med. - **Tjej B.**
Älskar det här att dom flesta bilder vi ser e ju photoshoppade, men vi ser ju det som verkligheten. - **Tjej C**
O hur ska man då kunna nå upp till det idealet när det inte ens finns på riktigt liksom. - **Tjej B.**

Man får ju dåligt självförtroende. – **Tjej 1**
För nu kan man ju gå ut på internet å bombarderas med bilder på dem som är bättre än jag själv. [...] du ser bara de här alfamänniskorna som lever de här fantastiska livet. - **Kille 1**
Ja. Det sänker nog säkert självförtroendet säkert ganska mycket kan det nog göra å självkänslan. Att man känner att man inte e bra som man e för att man inte ser ut som på den där bilden. - **Tjej 1**

Inte den pressen [från ideal] i alla fall de en annan sak om man som har nåt sorts löst ideal som man vill nå men inte det här, man behöver inte känna den här pressen hela tiden. - **Kille 2**

[...] i princip allt i media säger att du duger inte, som du är. Köp den här produkten så kanske du gör det, typ. – **Tjej B**

[...] desto yngre man är så är man som en svamp som man bara suger åt sig allting, och så destu äldre man blir så lär den här svampen att sortera lite [...] – **Kille 2**

Deltagarna talade mycket om ideal och hur löjligt de ansåg idealet vara många gånger. Citaten här ovan visar på att deltagarna hade en syn på medias ideal som något ouppnåeligt och något som deltagarna uppfattar att de själva och andra inte mår bra av. Vi tolkar det som

att deltagarna menar att deras psykiska mående och kroppsuppfattning blir negativt påverkade på grund av idealet. Detta ser vi i likhet med studien som beskrivs av Hargreaves & Tiggeman (2004) som handlade om medias påverkan på ungdomars kroppsuppfattning. Studien visade att de idealen som media förmedlade gav såväl killar som tjejer ett missnöje över sin kropp. Detta missnöje sågs i studien som i en uppåtgående kurva i och med den ökade utbredningen av media. Detta såg även deltagarna i gruppintervjuerna, de nämnde att de måste sortera intrycken de får från media hela tiden, just för att undvika att bli för påverkade av vad de blir matade av.

Just ideal kopplas enligt Frisé (2006, s.23) ofta ihop med ungdomars kroppsuppfattning, där idealbilderna förmedlar föreställningen om den perfekta individens utseende, som väldigt ofta handlar om något som är ouppnåeligt. Detta visar sig deltagarna medvetna om där de säger att de flesta bilder de ser är redigerade i bildbehandlingsprogram och att det är ett omänskligt ideal, vilket näst intill är omöjligt att nå upp till. Vilket kan visa på att det inte speglar verkligheten som deltagarna ser den. Vi ställde följdfrågan: "om man har insikt om detta [ouppnåeliga ideal], blir man ändå påverkad?" på detta svarade deltagarna unisont ja. Detta följde de upp med att det beror på hur de mår, då de vissa dagar kan känna sig riktigt bra och andra dagar känna att de inte duger alls. Det är under de dåliga dagarna som de kände att de hade svårt att koppla bort de idealen och inte bli påverkade. Vi tror att även om de är medvetna om att idealen är ouppnåeliga så spelar det inte någon roll, då på grund av till exempel Facebook och andra sociala medier gör att man kan visa upp en fasad som inte stämmer med det verkliga livet. Denna bild av en själv är ofta förskönad, och även om en individ är medveten om att det är så blir den förmodligen ändå påverkad av det. Det handlar om en tro att alla människor andra har det så bra och är så lyckliga, och få vet egentligen vad som stämmer och vad som inte stämmer.

Då kroppsuppfattningen är något föränderligt (Frisé 2006, s. 24), och utgår från vad för bild individen själv har av sin kropp, men också kring vilken bild individen tror att omgivningen har om dennes kropp. Detta härrör vi till det som deltagarna säger kring att kroppsuppfattningen kan ändras inte bara genom den eventuella påverkan som media har på deras egna syn på deras kropp, utan även synen andra får på deras kropp. Denna syn som

andra har på individens kropp är förmodligen också påverkad av media, vilket i sin tur påverkar individerna ännu mer då de kan känna sig bedömda, inte endast av media, utan även andra människor. Att kroppsuppfattningen skulle bli negativt påverkad finner vi ha med göra vilken syn individen tror att andra människor har på dess kropp. Om individen känner att alla andra tycker att den är riktigt snygg och lever upp till idealen, tror vi att kroppsuppfattningen går i en positiv riktning. Detta till skillnad ifall individen känner att den befinner sig långt ifrån idealen, och tror att andra människor ser ner på den på grund av dess kropp. Detta härrör vi till Frisé (2006, s.25) som skriver hur den rådande normen om att individen skall vara slank och vältränad har det som krävs för ett framgångsrikt liv genom sin viljestyrka och självbehärskning. Att inte vara slank och vältränad kan däremot ses som en brist på kontroll och en stark spontanitet som går utöver det önskvärda. Detta är en syn som vi antar att de allra flesta inte att andra skall ha angående en själv. Bilden som de flesta vill ge till andra människor av sina liv är att de har lyckats. Att inte uppnå den känslan på grund av att ens kropp inte är som idealen förespråkar tror vi därmed har en negativ påverkan på kroppsuppfattningen.

Självförtroende var ett begrepp som behandlades väldigt länge och mycket i diskussionen bland deltagarna när vi talade om ideal i media och om ifall media kunde påverka självförtroendet. Vi tror dock att deltagarna här egentligen talar om självkänsla snarare än självförtroende. Vi kunde ha varit lite mer klara med vad vi menade med begreppet självförtroende inför deltagarna, men genom att vi inte var det, så fick vi också fram att deltagarna snarare talade om vad vi uppfattar som självkänsla snarare än självförtroende. Så som Frisé (2006, s.24-26) beskriver självkänsla så utgår självkänslan från hur man ser på sig själv, oftast i nära relation till kroppsuppfattningen, vilket vi tolkar som att om en individ får dålig självkänsla, så har denne en negativ syn på sig själv och främst sitt utseende. Snarare än dåligt självförtroende kring om denne kan hantera eller klara av saker eller ej. Alltså ser vi självkänsla som något som är mer kopplat till hur en individ känner om sig själv mer utseendemässigt.

I citaten ovan ser vi hur deltagarna resonerar kring om media kan påverka självförtroendet. De kommer fram till att återigen så spelar åldern en stor roll i hur mycket de påverkas, ju

yngre man är, ju mer lättpåverkad är man. De själva ser sig inte längre som lika påverkbara då de inte anser sig själva vara väldigt unga längre. En tjej talar dock om hur hon kunde bli väldigt påverkad av saker när hon var yngre men att hon mer bestämmer själv vad hon skall bli påverkad av nu när hon är äldre, och har en känsla av hur hon formar sig själv, snarare än att hon blir formad. Median deltagarna talade om då inbegrep främst bilder och texter som innehöll ideal av oftast ouppnåelig grad, särskilt på Facebook, Instagram och bilder i form av till exempel modetidningar. Utifrån det som deltagarna sa i intervjun kopplat till media och självförtroende så tror de att media kan påverka ens självkänsla i en negativ riktning. Då kroppsuppfattningen enligt Frisé (2006, s.22-23) ses som nära förbunden med självkänslan, och där i identiteten, finner vi att de ideal som media producerar och reproducerar kan vara negativa för identitetsskapandet om de medför en låg självkänsla i och med sin ouppnåelighet. Dock tolkar vi det som, utifrån deltagarnas utsagor att självkänslan inte bara påverkas av media när som helst, utan att detta är beroende av såväl ålder, som dagsform.

6.9 Bekräftelse - Att få "likes"

Återkommande i diskussionerna var den bekräftelse som deltagarna ansåg att individer nu lättare kan få till sig genom de sociala medierna, och hur detta påverkar deras eget framställande av identiteten och vilka uppfattningar som de har om andra människor.

[...] man ser ju vilka bilder som får mest likes eller vilka andra bilder som har mest likes så vill man göra en bild som är lika som den så att man själv får bekräftelse [...] - **Tjej 1**

[...] vår generation då e de väldigt mycket att man vill ha bekräftelse för sitt utseende å man ska ha pojkvän eller flickvän, man ska va populär bland vänner. - **Tjej A**

Det finns vissa som verkligen, vad ska man säga, söker mer bekräftelse kanske än andra och lägger ut mer större delar av sitt liv på sociala nätverk än andra. - **Tjej 2**

[...] det e lite som en oskriven lag att man ska inte skriva till en bild att 'den här bilden tog jag för att jag tycker jag e så sjukt snygg'. - **Tjej B**

[...] man blir irriterad på tjejer som står i sportbehå o såhär, o så bara 'ska ner o träna' klick. o så lägger dom upp det, o då blir man ju såhär 'aa du för vill inte bara visa upp dig' o så såg jag en tjej som bara 'jag e så jävla nöjd med min kropp' o så hade hon lagt upp en bild, o då tänkte jag bara [...] va respekt. - **Tjej C**

[...] men de e så mycket självbekräftelse så det e löjligt. Folk e så osäkra på sig själva [...] så sitter ju resten då som oss här å tycker de e ganska skoj hur för de ser så fånigt ut oftast. – **Kille 1**

[...] det var fyra bilder o så ba 'tänkte bara visa tröjan som jag fått [...]så han hade ju bara tröjan på en bild haha. [...]du vill ju bara visa dig själv [...] – **Tjej C**

[...] jag tycker att dom som e yngre e mycket mer bekräftelsesökande, asså tretton fjorton år dom, det e hela tiden på Facebook såhär, aa men e jag söt? [...] – **Tjej**

Sånt där blev jag väldigt påverkad av å just tidningar, men just nu känner jag mig säker att jag formar mig själv lite mer så här. Men just i den åldern för några år sen då va de inte alls självklart [...] – **Tjej A**

Ett ständigt förekommande ord under båda gruppintervjuerna var “bekräftelse”. Ovanstående citat är tagna ur diskussioner kring hur Instagram och Facebook används. De flesta deltagare uttryckte hur mycket inom de sociala medierna handlar om bekräftelse. Detta bekräftelsesökande beskrev deltagarna bero på att alla var så osäkra på sig själva, på vilka de var och om de dög. Flera av tjejerna uttryckte att de själva var en del av det och att de påverkades av andra personers bilder som de la upp. De kunde se att tjejer efterliknar andra tjejers utlagda bilder då dessa hade fått många “likes”. Killarna uttryckte däremot att de hade en större distans till sig själva och däri att de inte sökte efter bekräftelse på det här sättet. De angav att det kunde bli ett sådant bekräftelsesökande genom statusuppdateringar och bilder att det nästan var roande. Dock så talade deltagarna i den andra intervjun om killar definitivt börjar använda sig av de sociala medierna på samma sätt som tjejerna, för bekräftelse. En deltagare berättade om hur en kille på Facebook hade lagt upp fyra olika bilder för att visa upp en tröja han hade fått från en sponsor. Utav dessa fyra bilder så stod han utan någon tröja på i tre av dem och antog en pose som deltagaren ansåg var när man spänner musklerna. Att vissa individer kunde lägga upp bilder på sig själva och skriva att de till exempel skulle träffa sina vänner eller att de ville visa upp sin nya tröja ansågs av deltagarna som en falsk fasad för att få “likes”. Hellre önskade deltagarna att dessa individer skrev att de lade upp bilden för att de tyckte att de var snygga på den, för de skulle väl inte lägga upp en bild de inte tyckte om? Dock beskrevs bildupplägandet som en balansgång mellan skryt och falska fasader. Även om ärlighet uppskattades, sades ett allt för stort självförtroende enligt deltagarna vara något

de inte skulle stå ut med. Denna balansgång beskrevs av deltagarna som en norm; ett lagom stort självförtroende.

Gripsrud (2000, s.20) talar om den sociala och personliga identiteten. Dessa talas om som nära förbundna, men som separata delar av identiteten. Den sociala identiteten byggs av den kontext som individen befinner sig i, och de åsikter som andra människor har om den. Vi antar att de allra flesta människor är ute efter ett positivt omdöme om sig från andra. Alla vill veta om att de duger som de är. Med dagens stora tillgång till sociala medier, och därmed en större möjlighet till att möta en större massa människor, finns det nu ett snabbt sätt att få veta vad andra personer "tycker" om en. På Facebook och Instagram finns det endast "like"-knappar, det vill säga endast möjlighet till att ge en tummen upp, ett positivt omdöme. Negativa åsikter kan endast ges i kommentarsfältet, men det tar längre tid och kräver kanske mer av en person än om det hade funnits en möjlighet att ogilla bilder och statusar med en knapp. Denna avsaknad av en "ogilla-knapp" finner vi fördelaktigt, då vi antar att ingen skulle må bättre av sådan. Att lägga upp en bild på sig själv på en av dessa forum blir som ett snabbt sätt att höja dagskänslan kring sig själv. Dock kommer denna bekräftelse med normer, ramar som avgör vad som är lämpligt att lägga upp. Vi finner att bekräftelsen därmed inte är villkorslös, frågan vi ställer oss då är hur mycket vi individ då tar till sig om den behöver anpassa sig för att duga? I likhet med en av de kommentarer som en av deltagarna nämnde under diskussionen finner vi att denna form av bekräftelse är att likna vid snabba kolhydrater, lika snabbt som den goda känslan av att duga dyker upp, kan den försvinna. I vilket fall tenderar andras åsikter enligt Gripsrud (2000, s.20) att internaliseras i individens självbild. Viktigt finner vi är att individen då får till sig positiva omdömen om sig själv, men att dessa bör handla om vilka de är som personer, och inte hur de ser ut och vilka ramar de håller sig inom.

Deltagarna nämner i ett återkommande citat som även fanns med under avsnitt 6.2 att de påverkades mer när de var yngre, men att de nu är säkrare i sig själva och vilka de är. Det härrör vi till den personliga identiteten som Gripsrud (2000, s.20) talar om. Den personliga identiteten ses som något som individen kommer fram till genom att upptäcka vad som är unikt med en själv, och där i vad som skiljer den från andra människor. När deltagarna var

Yngre kunde de förmodligen påverkas mer av de sociala medier som de vistas på då de kanske inte än funnit vad som skiljer dem från andra människor och gör dem unika. Den personliga identiteten tänker vi var kanske påverkad främst utifrån och av bekräftelser från andra. Nu när de är äldre och känner sig mer säkra i sig själva så agerar de inte i samma utsträckning på ett sådant sätt att de behöver bekräftelse från "likes" utan har förmodligen funnit det som är mer unikt i sig själva. Våra tankar är då att om man hittar det unika i sig själv, kanske behöver man då inte bekräftelse i samma utsträckning.

6.10 Att överträffa sig själv

Under gruppintervjuerna diskuterades den press som media förmedlar i och med normen kring att allting skall vara perfekt och nytt. Detta ansåg deltagarna bidra till en strävan att ständigt överträffa sig själv.

Men jag tror att det påverkar jätte mycket på det sättet att just dom som inte syns där eller snarare just dom som syns där, om jag följer tio personer då är det ju dom tio personerna som jag tror [...] - **Tjej 1**

[...] man vill hela tiden överträffa sig själv. Och då blir det till att andra också måste överträffa sig själva för att folk blir ju väldigt påverkade av eller på nåt sätt vad du gör, vad den stora gruppen gör. Så jag tror att det blir lite hysteriskt nästan. [...] Asså att man ska va den där bilden hela tiden. - **Tjej B**

Det blir väldigt lustigt då att, för vi har ju växt upp med internet liksom. o där e det ett ganska hårt klimat, [...] hela våran uppväxt har liksom blivit offentlig på nått sätt. – **Tjej B**

Men det hade ju behövts att det var den tråkiga trista vardagen för alla har ju den egentligen. – **Tjej 1**

[...] man e kanske mer missnöjd för man liksom ser andras, hur fint o bra dom har det. Fast man har det ganska lika egentligen, bara att typ det syns inte. – **tjej 2**

För man vill ju inte va den som inte e bra, eller liksom så det blir ju så att man strävar alltid efter nånting nytt.- **Tjej C**

[...]i början kanske man tänker att men gud det där ser ju inte helt klokt ut, tre månader senare tycker du det här är det snyggaste som finns [...] – **Tjej 2**

Asså det viktigaste är väl att man är medveten om att de, men att de påverkar å att man försöker i såna fall kanske välja att inte följa alla dem å veta att a men okej det här ser jag varje dag de kanske påverkar [...] – **Tjej 1**

[...] du ser bara de här alfamänniskorna som lever de här fantastiska livet. – **Kille 1**

Hacking (1999, s.14) talar om att identiteten skapas socialt. Individen formar sin identitet i mötet med andra människor genom att jämföra med vilka personer som den är lik. Under en individs första år jämför den sig med sina föräldrar, sedan med sina kompisar och till exempel kändisar. Att som individ upptäcka vilka personer som man är lik talar Gripsrud (2000, s.18) om som en del i identitetsskapandet. Det handlar om att pröva sin egen identitet mot andras för hitta vilka delar som individen vill internalisera i sin identitet. Vilka personer som en individ har runt sig avgör vilka den kommer att spegla sig emot. Detta kopplar vi till deltagarnas diskussion kring de valmöjligheter som finns i och med de sociala medierna. Innan medias framfart var antalet personer som en individ kunde jämföra sig med inte så stort, men i och med de sociala medierna finns det nu ett stort utbud. Deltagarna diskuterade hur de jämföra sig med kompisar på andra sidan jorden, modeller och kändisar. Deltagarna talade om att utbudet av människor genom media är stort, och möjligheten att hitta någon som liknar en själv lättare, jämfört med om vi inte hade andra människor ett knapptryck bort. Dock är det också enklare att finna människor som deltagarna kan jämföra sig med där de kan se olikheterna och då också försöka efterlikna detta. Deltagarna diskuterade ämnet att om man ser något tillräckligt mycket, även om de tyckte det var jättestort i början, så när de sett det tillräckligt mycket efter två månader, så tyckte det faktiskt att det blev snyggt tillslut. Detta tänker vi definitivt kan tillämpas på allt möjligt som till exempel utseenden och normer. Deltagarna tog upp exemplet om klädtrender. Från början tycker de kanske det modellerna har på sig ser fruktansvärt ut, men efter ett tag så de tycker det är snyggt istället när de blivit matade med det tillräckligt mycket och länge av alla medier de tar del av.

Det finns också möjlighet för en individ att välja bort vilka människor den vill ha uppdateringar ifrån på Internet. På Instagram kan individen till exempel välja vilka människor som den vill ha uppdateringar ifrån. Deltagarna talade under intervjuerna om hur det genom valfriheten är lätt att avgränsa vilka människor som de får uppdateringar ifrån. Deltagarna sade sig välja ut människor vilka hade liknande intressen som dem, eller som de tyckte var coola. Detta gjorde att deltagarna bara jämförde sig med en viss sorts människor, vilket innebar att den stora massan inte var representerad. En av deltagarna talade om det som en

utvald elit; "Alfamänniskor", vilka endast lägger ut bilder av sina perfekta liv. Att endast se de perfekta delarna av dessa människors liv sade deltagarna gjorde så att de granskade sina egna liv under samma ljus, även om de sade sig veta att "Alfamänniskorna" också hade trista stunder. Detta lade på dem en press att visa upp ett lika perfekt liv, vilket enligt dem satte ännu mer press på dem att hela tiden överträffa sig själva med nya saker och påhitt.

Dessutom sade sig deltagarna i sin tur genom att visa upp en perfekt yta även sätta press på andra människor i sin omgivning att visa upp detsamma. Deltagarna sade att media utstrålade ett ideal om att individen skall förnya sig hela tiden för att deras liv skall vara perfekt och lyckat. De skall ha nya skor, ny mobil och hela tiden göra nya upplevelser. Vi anser utifrån deltagarnas uttalanden om att normen kring förnyelse sätter en stor press på ungdomarna, detta främst i samband med den jämförelse som görs mot sig själv och mot andra. Det för med sig att en individ aldrig är nöjd, att den alltid kommer sträva efter att slå något som tidigare varit. Searle (1995, s.130) formulerar en tanke kring människors handlingsutrymme gentemot det institutionaliserade; om människan slutar tro på något, så slutar detta att existera. Vår fundering blir då om det är möjligt att föra över detta tankesätt på normen kring det perfekta livet. Om människor bestämde sig för att inte tro att den normen var det eftersträvarvärda, skulle det perfekta livet som ideal upphöra? Det är en fråga som är svår att svara på. Kanske handlar det inte om sopa bort det perfekta livet som ideal, utan att omdefiniera begreppets innebörd.

7. Slutdiskussion

7.1 Sammanfattande tankar

För att avslutningsvis sammanfatta våra resultat och analys kommer vi här att återkoppla studien till vårt syfte och frågeställningar. Vi har velat undersöka hur en grupp gymnasieelever ser på sitt eget och andras identitetskapande i förhållande till media. Frågeställningarna har berört det sociala könet, kroppsuppfattning, möjliga skillnader på tjejer och killars förhållning gentemot media, samt normer och ideal.

Vi undersökte vilken inverkan deltagarna ansåg att media kan ha på deras sociala kön och på deras kroppsuppfattning. Deltagarna talade mycket om hur de är medvetna om den bild som de ansåg att media förmedlade, dock hindrade inte detta medvetande att de blev påverkade. Det sociala könet beskrevs som format av samhällets olika normer av hur en tjej eller kille skall vara, vilka synliggjordes och reproducerades i media. Ett stort fokus låg på hur kvinnor och män, tjejer och killar, framställdes i media, såväl ur olika kameravinklar, som med olika egenskaper. Vi fann diskussionen kring hur olika egenskaper gavs olika könstillhörighet intressant då deltagarna talade om detta som något media skapade, och inte något som är. Att en tjej skulle hålla sig till att vara söt, vän, gullig, tyst och omhändertagande, och som kille endast stanna vid vara cool, aktiv, distanserad och en ledare känns ur våra ögon, i likhet med vad deltagarna uttalade sig om, som ett begränsande av individen. Deltagarna tog upp hur det sociala könet hos en tjej påverkades av att läsa bloggar kring hur en tjej skulle klä sig och vara. Att inte uppfylla dessa krav fick deltagarna att ifrågasätta hur tjejiga de egentligen var. Att dessutom inneha någon av de egenskaper som tilldelades killar gav statusen "pojkflicka". Vi tolkar detta som att ett överskridande av dessa normer sätter det sociala könet i gungning, då individen inte hamnar helt inom en kategori, utan mellan dem. Vi fann utifrån deltagarnas utsagor att tjejer lättare kan råka skrida över dessa gränser gällande skönhet och ideal på grund av dessas snävhet. Detta tror vi i likhet med deltagarna vara eftersom det finns ett större utbud av media som riktar sig till det kvinnliga könet, och därmed fler källor som sätter upp gränserna för vad det innebär att vara en tjej.

I samtalet kring media och dess möjliga påverkan på kroppsuppfattningen talades det om hur mycket fokus i media, så som till exempel från tidningar, bloggar och reklam, som läggs på kroppen. Deltagarna nämnde hur detta fokus på den fysiska kroppen från yttre faktorer som media fick dem att också fokusera på sin kropp. Att bli medveten om sin kropp, hur den utvecklas och ser ut kan enligt oss, utifrån denna studies berättelser, vara både positivt och negativt. Utifrån deltagarnas utsagor förstår vi det som att det är när den egna kroppen sätts i jämförelse med de bilder som finns i media som det kan bli negativt. Deltagarna talade om att medias bild av hur en kropp skulle se ut var ett näst intill ouppnåeligt ideal, detta då de flesta reklambilder sades vara retuscherade. Vi tolkar detta som om att media enligt deltagarna stundvis ger en överklig bild av verkligheten, och att media har ett sådant stort fokus på den yttre kroppen att det lilla som talas om kring individers välmående inte tas på allvar av deltagarna. Vi har utifrån deltagarnas utsagor förstått det som att det stora fokus som läggs på kroppens yttre påverkar deltagarna i deras syn på deras kroppar, detta även om de egentligen inte ser på de normer som media förmedlar som hälsosamma eller verkliga.

Deltagarna såg skillnader på hur killar och tjejer förhåller sig till media i sitt identitetsskapande då de uttryckte att tjejer var känsligare och mer påverkbara av media då det finns en större del medier som riktar sig till tjejer. Dock sa de att killarna också var på väg att bli mer påverkbara, men att de fortfarande höll en viss distans till media. På grund av att olika saker och handlingar har könats och även i detta fall vilken sorts media som en individ tar del av och hur den där uppför sig, så är det enligt deltagarna så att killar inte skall bry sig om medier lika mycket som tjejer skall. Till exempel ansågs bloggar av deltagarna vara något som tjejer sysslade mer med, detta även om de nämnde en av de största bloggarna i Sverige som manlig. Vi tolkar utifrån deltagarnas utsagor det som att de kvinnliga deltagarna förhåller sig på ett annat sätt till media än vad de manliga deltagarna gör, då de återkommande återgick till sig själva när de talade om andra individers sätt att förhålla sig till media. De talade om att de till viss del förhåller sig till media på det som det förväntas av dem, även om de också har ett kritiskt förhållningssätt. De talade om att de inte vill ta del av all den media som de faktiskt kom i kontakt med, men att det är omöjligt då den ändå finns överallt, vart de än går i samhället och på Internet.

Deltagarna hade en hel del att säga kring normer och ideal som media förmedlar och hur detta kan påverka deras identitetsskapande. Ideal och normer var något som deltagarna såg påverkade självförtroendet och självkänslan, men ideal och normer gav också dem en känsla av press. Detta yttrade sig genom till exempel känslor att de inte dög som de var och att de behövde överträffa sig själva och andra om och igen. Denna känsla av att ständigt behöva överträffa sig själv och andra ser vi kunna leda till en ond cirkel. Detta anser vi grundar sig i den jämförelse som deltagarna nämnde. Att deltagarna ständigt prövar sin egen identitet, och där i om de duger som den är, jämt emot andra människor och deras utåt sätt perfekta liv sätter en press på individen att uppnå något som enligt dem inte helt existerar. Att inte kunna uppnå dessa ideal tror vi, i likhet med deltagarna, skulle kunna ge dem en starkare känsla av att inte duga, vilket är en direkt påverkan på deras självkänsla. Eftersom självkänslan är en del av identiteten påverkas identiteten av de ideal och normer som finns. Detta var det främsta sätt som deltagarna såg hur deras identitetsskapande påverkades av den media som fanns i deras omgivning. Självkänslan och självförtroendet kunde bli mer känsligt och påverkbart upp i åldrarna om de blev utsatta för ouppnåeliga ideal som yngre. Tjejerna beskrev till exempel hur de som yngre lärde sig av tjejtidningar hur de skulle bete sig och att detta inte är en bra sak då de ansåg att tidningarna ofta innehåller omänskliga ideal och normer. Detta är också ett sätt som ungdomarna ser som de påverkas utav ideal och normer i media, då de internaliserar sätt att bete sig på och tänka genom tidningar som har överkliga ideal.

I och med medias stora utbredning och innehåll som ger information direkt, och indirekt, kring hur en individ skall se ut, bete sig och vad den skall uppnå, finner vi att media har en påverkan på dessa gymnasieelevers identitetsskapande. Media ger såväl information, som begränsningar, en plats att uttrycka sig, som en plats att jämföra sig med andra. Vilken påverkan media har på deltagarnas identitetsskapande beror på hur de tar till sig den information de får, och hur de använder sig utav den. Vi tror att vårt resultat i denna studie belyser en viktig del av ungdomars identitetsskapande i dagens samhälle. Detta är finner vi användbart inom socialpedagogiken då en inblick i hur media kan påverka identitetsskapandet ger en möjlighet för oss socialpedagoger att bemöta de svårigheter som ett möte mellan ungdom och media kan innebära. Att deltagarnas egna användande av de sociala medierna främst i form av Instagram var en av de mest diskuterade förvånade oss då denna aspekt inte

var något vi var särskilt insatta i. Detta gav oss en inblick hur upplägandet av bilder och texter kan vara ett sätt att visa upp sig själv och få bekräftelse för den man är, och hur man lever sitt liv. Att dessa bilder och texter som lades upp på de sociala medierna enligt deltagarna har ett samband med medias norm kring ständig förnyelse gav oss en viktig tankeställare och en uppfattning vad den press som det ständiga överträffandet av sig själv och andra kan innebära. Med kunskap om hur ungdomar, sett utifrån våra deltagares utsagor, kan skapa sin identitet i förhållande till media, och vilka aspekter som där i är viktiga, kan vi som socialpedagoger arbeta för att styrka ungdomarna i sig själva. Detta finner vi viktigt i en värld där deras uppväxt har blivit offentlig.

7.2 Styrkor med studien & förslag på framtida forskning

I likhet med den tidigare forskningen fann vi att media kan påverka ungdomars kroppsuppfattning, då detta var något som deltagarna i vår studie sade sig bli. Deltagarna bekräftade också den tidigare forskningen i och med att de gjorde uttalande kring att tjejer tenderar att påverkas mer av media, detta i samband med att det finns mer media som vänder sig mot tjejer. Genom vår studie tror vi dock oss kunna lägga till kunskap om hur det sociala könet formas och påverkas i samband med media, då detta inte var något vi hittade mycket forskning om. Det vi tror att denna studie dock har som sin främsta styrka är i de stycken som handlar jämförelse och att överträffa sig själva och andra. Detta är något vi tror skulle kunna vara ett förslag på forskning i en större studie då de uttalanden som gjordes av våra deltagare gav oss en större uppfattning för hur beteenden som även vi har stött på i medias sociala sfär kanske kan förstås.

8. Referenslista:

8.1 Tryckta källor:

Adamson, L. (1999). *Like circles on the water: a study of adolescent identity*. Diss. Linköping : Univ.

Ambjörnsson, F. (2008). *I en klass för sig: genus, klass och sexualitet bland gymnasietjejer*. Stockholm: Ordfront.

Bonniers uppslagsbok (2009). Stockholm: Bonnier Fakta AB. Sökord: Socialkonstruktivism

Bryman, A. (1997). *Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur

Butler, J (2007). *Genustrubbel: feminism och identitetens subversion*. Göteborg: Daidalos

Danemark, B. Ekström, M. Jakobsen, L & Karlsson, J. (2003) *Att förklara samhället*. 2.uppl. Lund: Studentlitteratur

Frisén, A. (2006). "Kropp, utseende och sexualitet". I A, Frisé & P, Hwang (red.) *Ungdomar och identitet*. 1. utg. Stockholm: Natur och Kultur.

Frisén, A. & Hwang, P. (2006). "Inledning och översikt". I A, Frisé & P, Hwang (red.) *Ungdomar och identitet*. 1. utg. Stockholm: Natur och Kultur.

Gripsrud, J. (2002). *Mediekultur, mediesamhälle*. 2.uppl. Göteborg: Daidalos

Hacking, I. (1999). *The social construction of what?* Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press

Kalman, H. & Johansson, S. (2012). "Vad ligger i begreppet forskningsperson? Skydd av försöksperson respektive skydd av informanternas integritet". I H, Kalman & V, Lövgren (red.) *Etiska dilemman: forskningsdeltagande, samtycke och utsatthet*. Malmö: Gleerups.

Kalman, H. & Lövgren, L. (2012). "Etik i forskning och etiska dilemman. En introduktion". I H, Kalman & V, Lövgren (red.) *Etiska dilemman: forskningsdeltagande, samtycke och utsatthet*. Malmö: Gleerups.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur. Citerar H-G. Gadamer, *Wahrheit und Methode*. (Tübingen: J. C. B. Mohr, 1960).

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur. Citerar T.A. Schwandt, "Three epistemological stances for qualitative inquiry: Interpretivism, hermeneutics, and social constructionism". I N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (red.), *Handbook of Qualitative Research*. (Thousand Oaks: Sage, 2000).

Lalander, P. & Johansson, T. (2012). *Ungdomsgrupper i teori och praktik*. 4., uppdaterade uppl. Lund: Studentlitteratur

Larsson, S. (2005). "Kvalitativ metod - en introduktion". I S, Larsson, J, Lilja, & K, Mannheimer. (red.) (2005). *Forskningsmetoder i socialt arbete*. Lund: Studentlitteratur.

Larsson, S. (2005). "Teori, metod och empiri". I S, Larsson, J, Lilja, & K, Mannheimer. (red.) (2005). *Forskningsmetoder i socialt arbete*. Lund: Studentlitteratur.

Madsen, B. (2006). *Socialpedagogik: integration och inklusion i det moderna samhället*. Lund: Studentlitteratur

Nygren, L. (2012). "Risken finns, finns nyttan? Etikprövningsnämnderna och den kvalitativa forskningen". I H, Kalman & V, Lövgren (red.) *Etiska dilemman: forskningsdeltagande, samtycke och utsatthet*. Malmö: Gleerups.

Nyström, A. (2012). "Mellan empati & kritisk granskning? Forskningsdeltagande som risk". I H, Kalman & V, Lövgren (red.) *Etiska dilemman: forskningsdeltagande, samtycke och utsatthet*. Malmö: Gleerups.

Searle, J. (1999). *Konstruktionen av den sociala verkligheten*. Göteborg: Daidalos

Skærbæk, E. (2012). "Ansvar, anonymitet och kunskapsanspråk". I H, Kalman & V, Lövgren (red.) *Etiska dilemman: forskningsdeltagande, samtycke och utsatthet*. Malmö: Gleerups.

Smedler, A. & Drake, K. (2006). "Identitet och kön". I A, Frisén & P, Hwang (red.) *Ungdomar och identitet*. 1. utg. Stockholm: Natur och Kultur.

Smith, J.A. & Osborn, M. (2007). *Interpretative phenomenological analysis*. I J.A. Smith (red.), *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Methods*. 2. uppl. London: Sage.

Taylor, S. J. & Bogdan, R. (1998). *Introduction to qualitative research methods : a guidebook and resource*. 3. ed. New York, N.Y Wiley.

Thomsson, H. (2003). "Att göra kön. En omständig historia som pågår livet ut". I Elvin-Nowak, Y. & Thomsson, H. *Att göra kön: om vårt våldsamma behov av att vara kvinnor och män*. Stockholm: Bonniers. E-bok.

Watt Boolsen, M. (2007). *Kvalitativa analyser; Forskningsprocess, människa, samhälle*. Malmö: Gleerup.

8.2 Elektroniska källor:

Awan, Fatimah & Gauntlett, David (2013). Young people's uses and understandings of online social networks in their everyday lives.[Elektronisk] *Young*, vol. 21:2 p. 111-132. Tillgänglig: Sage Journals [2013-05-17] DOI: 10.1177/1103308813477463

Hargreaves, Duane A. & Tiggemann, Marika (2004). Idealized media images and adolescent body image: "comparing" boys and girls. [Elektronisk] *Body Image*, vol. 1:4, p. 351-361. Tillgänglig: ScienceDirect [2013-04-11]

Knauss, Christine, Paxton, Susan J & Alsaker, Françoise D (2008). Body dissatisfaction in adolescent boys and girls: Objectified body consciousness, internalization of the media body ideal and perceived pressure from media. [Elektronisk] *Sex roles*, vol. 59 p. 633-643. Tillgänglig: Springer Link [2013-04-11]. DOI: 10.1007/s11199-008-9474-7

Nordicom (u.å.) Nordicom: Nordiskt informationscenter för Medie- och kommunikationsforskning.[Elektronisk] Tillgänglig: <http://www.nordicom.gu.se/index.php>. [2013-04-23]

9. Bilagor:

9.1 Intervjuguide

Media

1. Vad är media?
2. Vilken sorts media brukar ni komma mest i kontakt med? (Bloggar, Facebook, reklam, tv-program, tidningar)
3. Hur använder du dig av media? Finns det någon av dessa former av media som du känner påverkar dig? På vilket sätt i så fall?
4. Hur tror ni att andra människor förhåller sig till media överlag? Finns det personer som är mer i kontakt med media än andra?
5. Skillnad mellan hur tjejer tjejer och killar förhåller sig till media?
6. Skillnad på hur tjejer och killar framställs i media?
7. Vilka taktiker tar tex sådana som säljer produkter till för att få någon att köpa en produkt?
8. Vad är det media brukar vilja förmedla?
9. Vilka normer och ideal förmedlar media? Familj, tjej/kille, yrke, utseende m.m.

Identitet & normer

10. Hur ser ni på vad identitet är?
11. Hur tänker ni att man skapar sin identitet? Faktorer?
12. Fast eller föränderlig identitet?
13. Hur ser ni på vad socialt kön är?
14. Hur ser ni på vad normer är? Hur tänker ni att normer bildas?
15. Kroppsuppfattning, påverkas det av media? I så fall, hur?
16. Självförtroende, påverkas det av media? I så fall, hur?
17. Påverkar media det sociala könet? I så fall hur?
18. Påverkar dessa normer och ideal människor? Och hur blir detta i så fall synligt på Individ/samhällsnivå?

9.2 Informations- och samtyckesbrev



Informations- och samtyckesbrev

Kandidatuppsatsundersökning om identitetskapande i förhållande till media

”En bild säger mer än tusen ord” – ett uttryck som du säkert stött på. I dagens samhälle är vi ständigt omgivna av information och bilder som talar till oss. Vi, två socialpedagogstudenter, är därför nyfikna på hur media påverkar ungdomars identitetskapande.

Du tillfrågas härmed om deltagande i denna undersökning.

Undersökningen kommer att utföras med hjälp av tre stycken gruppintervjuer bestående av 4-5 deltagare. Vi kommer att möta upp gruppen på en intervju på cirka 1,5 timme. Vi kommer att ställa ett antal frågor som kommer att diskuteras i gruppen. Intervjuerna kommer att spelas in med bandspelare. Ditt deltagande i undersökningen är helt frivilligt, men kan inte avbrytas efter att intervjuerna är gjorda.

Undersökningen kommer att presenteras i form av en *kandidatuppsats vid Högskolan Väst*. I uppsatsen kommer era namn och annat som gör det lätt att identifiera er inte att förekomma. Vi kommer att förvara intervjuerna så att bara vi som utför studien och vår handledare kan ta del av dessa. Materialet kommer att förstöras efter att kandidatuppsatsen blivit godkänd. Den färdiga kandidatuppsatsen kommer att publiceras på Internet, men där kommer endast finnas utvalda delar av intervjuerna med. När kandidatuppsatsen är klar finns möjlighet för deltagarna att ta del av denna om de vill

Vid frågor, hör av dig till Emelie eller Elisabeth

Emelie Bokdalen

Tel: XXXX-XXXXXX

e-mail: XXXX@XXXXXX

Elisabeth Lindberg

Tel: XXXX-XXXXXX

e-mail: XXXX@XXXXXX

Åsa Andersson (Handledare)

e-mail: XXXX@XXXXXX

Jag samtycker till att medverka i denna fokusgruppsintervju

.....
Underskrift

Datum

.....
e-mail

Mobilnummer

9.3 Arbetsfördelning

Vi har delat upp arbetet oss emellan för att göra allt mycket enklare. Vissa delar som till exempel analysen kände vi dock var viktig att skriva ihop. De delar som vi skrev separat har vi dock bytt ut vid senare tillfällen och läst igenom och ändrat eller gett tips på ändringar som kan göras, och på så sätt så är allt material ändå genomgången av båda två, trots att vissa delar är i grund och botten gjord av enbart en person.

Emelie har skrivit alla delar inom *tidigare forskning*. I teoridelen har hon skrivit avsnitten om *socialkonstruktionism, könsidentitet/socialt kön, självkänsla*. I metoddelen har hon skrivit om *kvalitativa gruppintervjuer, reliabilitet, validitet och generaliserbarhet* och sist *arbetsfördelningen*.

Elisabeth har skrivit avsnittet *avgränsningar i studien*. I teoridelen avsnitten om *Identitet-/identitetsskapande, kroppsuppfattning, media*. I Metoddelen har hon skrivit *förståelsegrunden, forskningsansats, IPA, transkribering, etiska reflektioner* och *intervjuguide och tillvägagångssätt vid gruppintervjuer*.

Elisabeth hade även kontakt med lärarna som hjälpte oss med intervjuerna då hon kände dem sedan innan. Elisabeth stod för tre av klassbesöken där information kring studien gjordes för att få tag på deltagare till gruppintervjuerna, på grund av tillgängligheten och effektivitet, dock var Emelie med på de resterande tre av dem.

Resterande icke nämnda avsnitt här har blivit författade eller omarbetade tillsammans av oss båda.

Den hjälp vi fått ifrån vår handledare har inneburit, förutom den vanliga handledningen, att hon hjälpt oss hitta vissa böcker och artiklar när vårt sökande har trutit. Hon tipsade oss även om Nordicoms hemsida för att ta reda på tidigare forskning.

Utöver vår handledare, så fick vi hjälp från några lärare på gymnasieskolorna vi var på, de hjälpte oss få komma in i klasser och tala med eleverna och hjälpte oss hitta salar att hålla intervjuerna i.