

Min identitet i mina och andras ögon

– En kvalitativ studie om tonårstjevers identitetsskapande

Av: Josefin Nilsson och Moa Paulsson

Socialhögskolan
Lunds Universitet
Ht 2010



Handledare: Lars B Ohlsson

ABSTRACT

Author: Josefin Nilsson and Moa Paulsson

Title: My identity in the eyes of myself and others [translated title].

Supervisor: Lars B Ohlsson

Assessor: Lars Harrysson

The purpose of this study was to examine how teenage girls experience their identities and how it is constructed and influenced by external factors. It was also an attempt to illustrate how mass media and social media like Facebook and blogs can be elements in the construction of identities. Berger and Luckmann's social construction and Goffman's dramaturgical perspective were used as theoretical frames in the analysis of the results. The study was based on three focus groups with totally seventeen Swedish girls in the age of 16-19. In the focus groups, the girls discussed identity and how girls are being impacted by families, friends and media. The girls argued that they are more certain and aware of whom they are as they are getting older. Therefore, they are not as easily affected by external factors as younger girls. Despite that, the study showed that others have an impact on their identity. It was shown that girls adjust and use different roles depending on the social context, including the Internet. In a long-term perspective, adjustment can modify their identities. The study showed that personal values and opinions often come from the childhood and upbringing, mainly from parents and are therefore not easily affected by others. It is more likely that opinions and other values transforms by ongoing influences. For instance, previous studies have shown that being exposed to TV in a steady and increasingly way, can transform attitudes. This study also showed that media has an indirect impact. It occurs when the girls are influenced or inspired by friends or others in their surrounding, who have been affected by media. The girls ended up talking about media's portrait of young women and how it can affect them and girls in general. It emerged that media and social media are mainly affecting girls in their expression of identity, such as clothes and appearance. Media can also have an effect on internal aspects of themselves, such as body satisfaction, lower self esteem etcetera.

Keywords: adjustment, identity, mass media, social construction, social media, teenagers

Förord

Vi vill tacka samtliga tjejer som deltog i våra fokusgrupper. Utan er hade vi ej kunnat genomföra denna studie. Vi vill också tacka kuratorerna som hjälpte oss att sätta samman två av våra fokusgrupper.

Slutligen vill vi även tillägna ett stort tack till vår handledare, Lars B Ohlsson, som har givit oss vägledning och råd under studiens gång.

Lund 2011-01-04

Josefin Nilsson

Moa Paulsson

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	4
1.1 Problemformulering.....	4
1.2 Syfte och frågeställningar.....	5
2. Tidigare forskning	6
2.1 Identitet och tonåren	6
2.2 Psykiska och fysiska aspekter	7
2.3 Massmedia och Internet - förändringar och nya förutsättningar?	7
2.4 Massmedia, påverkan och idealbilder.....	8
2.5 Sociala medier	9
3. Teoretiska utgångspunkter och begrepp.....	10
3.1 Identitet och identitetsskapande	11
3.2 Socialkonstruktivism	12
3.3 Goffmans dramaturgiska perspektiv	13
4. Metod	14
4.1 Fokusgrupper.....	14
4.2 Metodens förtjänster och brister	15
4.3 Urval	15
4.4 Metodens tillförlitlighet.....	16
4.5 Bearbetning och analys av det empiriska materialet	18
4.6 Etiska ställningstaganden	18
4.7 Vår avgränsning	18
4.8 Arbetsfördelning	19
5. Resultat och analys	20
5.1 Identiteters betydelse - yttrande och uttryck	20
5.1.1 <i>Analys</i>	22
5.2 Påverkansfaktorer - Varför blir man den man är?	24
5.2.1 <i>Analys</i>	26
5.3 Massmedial påverkan	29
5.3.1 <i>Analys</i>	32
5.4 Sociala medier och den offentliga identiteten	35
5.4.1 <i>Analys</i>	39
6. Avslutande diskussion	42
6.1 Avslutande reflektioner	45
7. Källförteckning.....	46
Bilaga 1 – Intervjuguide.....	50
Bilaga 2 - Informationsmail.....	52

1. Inledning

I detta kapitel kommer vi att presentera vårt valda ämne med en problembeskrivning följt av vårt syfte och frågeställningar.

1.1 Problemformulering

Människors drömmar, längtan och sökande efter en identitet kan ses som ett mänskligt projekt och har i århundraden varit ett ämne som har fascinerat både forskare, författare, akademiker, filmregissörer och konstnärer. Vissa hävdar att identiteten är ett väsen inom människan som är oföränderligt medan andra menar att identiteten är en social konstruktion som präglas av samhälleligt och kulturellt inflytande som förändras med tiden (Johansson, 2006).

Vi lever idag i en värld som präglas av modernisering och förändring. Normer, traditioner och värden som tidigare funnits har successivt luckras upp. Detta innebär att individen nu mer än tidigare måste söka sin egen väg i livet. Identitetsskapandet kan ses som ett projekt där individen själv måste engagera sig i att utforma sin identitet, i ett öppet och komplext spelrum där det givna och självklara kan ifrågasättas. Frågorna som därför blir aktuella är: vem är jag och vad gör mig unik som person? Vad är egentligen rätt och fel? Vad är möjligt och inte möjligt? (Johansson, 2006).

Ens identitet och självbild är något som alla brottas med, vissa hela livet, men de flesta kanske ändå tampas med detta under adolescensen. Chittenden (2010) menar att adolescensen är en tid där socialisering och personligt uttryck är väsentligt för individen. Det innebär en period där denne försöker finna sin plats i samhället. Det är också en tid då individen börjar utforska sin smak och relationer till andra och det är vanligt att känna en oro över att inte passa in (*ibid.*). Det blir således allt svårare att bli vuxen och kraven som ställs på den enskilda blir allt fler liksom möjligheterna. Det läggs ett växande ansvar på dagens ungdomar, de ska inte bara lyckas i livet, de ska också bestämma vad de ska lyckas med. Klyftan vidgas mellan ideal och självbild, mellan förväntningar och verklighet. För många ungdomar är det centrala att finna ett meningsfullt sätt att leva på och skapa en identitet. En identitet som präglar ens personlighet och som upplevs som positiv, både hos sig själv samt hos andra (Löfgren & Norell, 1994).

Spänningen mellan ideal och självbild är något som inte minst unga tjejer tampas med. ”Du ska kunna ta för dig som en hel karl men se ut som en söt liten Lolita” är titeln på Fogelqvist och Zakais (2001) artikel i BRIS:s kompendium *Barn & Ungdom*. De menar att kraven på unga tjejer idag är skyhöga och det handlar om att lyckas och vara bäst på allt man tar sig an. Den omtumlande tonårstiden kan präglas av en rädsla att inte passa in eller duga och många betonar vikten av att bli bekräftad av sin omgivning (*ibid.*).

Idealen och kraven är inte minst framträdande i mediala sammanhang. Huruvida unga tjejer påverkas av media är ett väldebatterat område och aktuellt ämne. I en artikel i *Aftonbladet* ”Glädjefnatt över en ny tampong?” refererar Lidbo till professorn i medie- och kommunikationsvetenskap, Gunilla Jarlbro, som menar att det finns studier som visar på att tonårstjejer kan få dåligt självförtroende av massmedia och reklam. Vidare lyfts fram att diskrepansen mellan hur tjejer och killar ser ut i den fysiska verkligheten och hur de framställs inom reklam aldrig har varit större (Lidbo, 2010).

I sitt identitetsskapande befinner sig tonårstjejer således i en komplex kontext där både samhället och omgivningen såsom familj, vänner och media har inverkan. Som ung tjej skall man bli mer självständig samtidigt som pressen och kraven utifrån ökar. I enighet med det socialkonstruktivistiska synsättet och Erving Goffmans dramaturgiska perspektiv har vi därför valt att granska hur identitet konstrueras i det sociala samspelet och hur det formas samt påverkas av omgivningen.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att undersöka hur tonårstjejer upplever sin identitet och hur den konstrueras samt påverkas av yttre faktorer, där fokus främst ligger på medial påverkan.

För att undersöka detta kommer vi att studera följande frågor:

- Hur ser unga tjejer på sin identitet?
- Hur påverkas och konstrueras tonårstjejjers identitet?
- Vilken betydelse har massmedia och sociala medier för tonårstjejjers identitetsskapande?

2. Tidigare forskning

Denna studie avser att undersöka tonårstjevers identitetsskapande och hur de påverkas av främst media. Det finns en stor mängd litteratur kring ämnet, både från nationella och internationella studier. I detta kapitel ämnar vi därför att lyfta fram ett urval av tidigare forskning kring tonåringars identitetsskapande, massmedia samt sociala mediers framväxt i vårt globala samhälle.

2.1 Identitet och tonåren

Erik Homburger Erikson är en ledande forskare inom utvecklingspsykologin och han lyfter fram tonåren och adolescensen som en viktig period. Under denna tid pågår en inre kamp om att hitta sig själv och att skapa en identitet (Erikson & Erikson, 2004). Sökandet efter en identitet är ett grundläggande mänskligt behov och som tonåring befinner man sig i en utvecklingskonflikt som handlar om identitet och identitetsförvirring (Erikson & Erikson, 2004; Giddens, 2007). Sociologen Anthony Giddens menar vidare att tonåringar genomgår en omtumlande förändring som medför både spänning och osäkerhet. De befinner sig mellan barndom och vuxen ålder, där de i många avseenden bedöms vara vuxna och i andra ses de fortfarande som barn. Detta samtidigt som de växer upp i ett samhälle som ständigt förändras (Giddens, 2007). I likhet med detta menar Göthlund (1997) att ungdomar känner starka påtryckningar utifrån att de måste skapa sitt *rätta jag* och de möter ständigt uppmaningar i mediekulturen om att varje individ måste engagera sig i att skapa sin identitet. Individen i vår kultur bär sålunda ansvaret för vem hon är och blir samt därmed för sitt eget liv (*ibid.*).

Genom självreflektion uppfattar individer sig själva genom att de betraktar sig själva som ett objekt. Människor är dock beroende av andra, då det är i det sociala samspelet med andra som vi existerar som individer (Mead, 1976). Göthlund (1997) belyser vidare att det är i det sociala mötet som vi bekräftas som individer, såväl likheter som olikheter. Under ungdomsårens identitetsarbete är denna bekräftelse än mer viktig och ungdomar söker efter bekräftelse om och om igen (Göthlund, 1997). Berger och Luckmann (2007) menar att det framförallt är bekräftelsen från signifikanta andra som har betydelse, även om mer ytliga kontakter också har inverkan.

2.2 Psykiska och fysiska aspekter

Tonåren är en period som präglas av både psykiska och fysiska förändringar. Det är först under tonåren som den kognitiva förmågan är tillräckligt utvecklad och man kan på ett systematiskt sätt börja fundera kring framtiden. Frågor kring vem man är och vad som gör en unik blir då aktuella (Frisén & Hwang, 2006; Lloyd, 2002). Tonårstjevers kroppsliga förändringar bidrar till att självuppfattningen förändras och den tidiga kvinnoidentiteten utvecklas (Eliasson, 1988). Göthlund (1997) belyser i likhet med många andra författare att under puberteten kommer tjejer att jämföras med sådant som förknippas med kvinnlighet istället för vad som associeras med barndomen, såsom bilder av kvinnlighet och normer om skönhet och moral. I Göthlunds (1997) studie beskrivs att flickor är förväntansfulla inför möjligheterna av att vara vuxna men samtidigt är oroade för den till synes kravfyllda rollen som vuxen kvinna. Tonårstjejer har idag ett kulturellt utrymme där de kan testa olika sidor av sig själva. Ju närmare flickan når vuxenlivets begränsningar desto mindre blir utrymmet vilket beror på rådande normer och värderingar från samhället så väl som från dem själva (*ibid.*).

Likt andra forskare menar Chittenden (2010) att kroppen inte sällan är en plats som används för att uppvisa sin identitet. Om en tonåring exempelvis har på sig designerkläder ökar chansen för denne att bli populär vilket ger dem social makt över andra i exempelvis skolan. Populära märkeskläderna skapar ett, vad Bourdieu (1993) skulle kalla för *kulturellt kapital* vilket leder till ett högre *socialt kapital* genom att man får vara med i "gänget" vilket i sin tur leder till en positiv syn på sig själv och sin självbild, menar Chittenden (2010).

2.3 Massmedia och Internet - förändringar och nya förutsättningar?

Lalander och Johansson (2002) redogör för dynamiken och samspelet mellan individ, grupper, kollektiv och samhälle/kultur. De menar att även om många ungdomar vill vara en del av gemenskapen så värnar samhället om den individuella friheten att välja och själv skapa sin egen identitet samt position i samhället. Globaliseringen i förhållande till individualiseringen är en annan viktig del som framträder i dagens samhälle. Då vår värld moderniseras i form av kommunikationsteknologin, förkortas avståndet mellan olika länder, i alla fall upplevelsen av det. Detta sker bland annat genom medier såsom TV och Internet (*ibid.*).

2.4 Massmedia, påverkan och idealbilder

Massmedia har kommit att bli en stor del av ungdomars liv (Mastronardi, 2003). Exempelvis spenderar amerikanska ungdomar upp till en tredjedel av dagarna åt olika typer av medier där massmedia i form av exempelvis TV-tittande utgör en stor del. Tiden de spenderar åt medier är mer än vad de lägger på någon annan daglig aktivitet (Roberts, 2000). Huruvida, och i sådana fall på vilket sätt, massmedia påverkar individerna är däremot ett omstritt område (Jarlbros, 2006; Mastronardi, 2003). Det finns dock forskning som visar att massmedia har inverkan på människors och därmed även ungdomars identiteter. Bland annat har forskning visat att massmedier som framförallt TV-tittande kan påverka ungdomars attityder och beteenden över tid. Viss forskning har även visat att ett stadigt och ökande TV-tittande bidrar till hur dessa attityder och uppfattningar utvecklas samt bevaras (Mastronardi, 2003).

Vid resonemang kring massmedial påverkan väljer Jarlbros (2006) att skilja mellan reklamens påverkan utifrån två aspekter, dels den kortsiktiga och avsiktliga effekten, vårt köpbeteende och dels potentiella effekter av reklamen, såsom våra värderingar och accepterandet av normer, vilket även Mastronardi (2003) beskriver. Det förstnämnda säger sig själv, vårt köpbeteende påverkas av reklam då många företag satsar enorma summor på reklam varje år. Reklamens potentiella effekter är emellertid svårare att fastställa. Jarlbros (2006) lyfter dock fram forskning som styrker det faktum att medier i allmänhet och reklam i synnerhet har visst inflytande på ungas kroppsuppfattning.

De traditionella könsstereotyperna av hur kvinnor porträtteras är någonting som många forskare har lagt vikt vid (Mastronardi, 2003). Hur kvinnor och kvinnlighet presenteras i exempelvis kulturella sammanhang signalerar föreställningar hur en kvinna skall vara. Dessa bilder är inte sällan motstridiga där man å ena sidan skall vara nöjd med sig själv men å andra sidan förändra sig efter det rådande modet (Göthlund, 1997). Även Gallagher och Pecot-Hebert (2007) belyser detta samt hur reklam och sminkföretag propagerar för att kvinnor ska köpa produkter för att uppnå de ideal som finns. I TV-program som exempelvis *ABC:s Extreme Makeover*, som går ut på att förändra missnöjda deltagares utseenden, förbises det faktum att lågt självförtroende och felaktig kroppsuppfattning kan bero på psykologiska aspekter. Enligt författarna genomsyras program likt dessa av föreställningar kring kön, kroppsideal och socialt konstruerade ideal av skönhetsideal. Skönhetsidealen förändras med tiden och med varje förändring kommer ännu mer extrema åtgärder som kvinnor måste ta till för att förändra sina utseenden och bli socialt accepterade (*ibid.*).

Frisén (2006) menar att dagens reklam och massmedia får mer eller mindre alla ungdomar att känna sig missnöjda med sitt utseende och avvikande på ett eller annat sätt. Hon menar vidare att en generell trend i dagens samhälle är att skillnaden mellan modeförebilderna och vanliga tjejer blir allt större vilket leder till att kroppsidealen blir allt svårare att uppnå. Jarlbro (2006) hänvisar i likhet med detta, till Spitzer, Handerson och Zivians (1999) studie från USA och Kanada, som visar på att skillnaden mellan hur tjejer ser ut i verkligheten och hur de framställs i massmedia och reklam aldrig har varit större. Detta kan bland annat leda till bristande kroppsuppfattning hos unga människor och ätstörningar. Vidare hänvisar Jarlbro (2006) till en svensk undersökning av Bengs (2000) som i sin studie lyfter fram att 43 procent av alla flickor i åldrarna 13-17 år är missnöjda med sina kroppar. Omkring 60 procent av de tilltalade menade att massmedier påverkar deras kroppsuppfattning. Undersökningar inom samma område har visat liknande resultat. En mängd olika studier, vilket Mastronardi (2004) samt Stice, Sprangler och Agras (2001) presenterar, har visat att bli exponerad för bilder med smala modeller ökar risken för lägre självförtroende och kan leda till en ökad risk för depression, skuld, skam, osäkerhet, stress och missnöje med sin kropp. Mastronardi (2003) lyfter även fram att en mängd studier har visat ett starkt samband mellan idealbilder i modemagasin och ätstörningar.

Även Frisé (2006) menar att den massmediala bilden av skönhet är svår att hantera för många unga, då de är känsliga för omgivningens åsikter och på samma gång ofta osäkra på vad de själva tycker. Bengs (2000) studie visade exempelvis att både massmedia och vänner påverkar ungas kroppsuppfattning. I den sammanställning av forskning som Jarlbro (2006) presenterar framkommer att de som har störst inflytande på unga tjejer trots allt var kamraterna. Det framgår dock ej i någon av studierna varifrån kamraterna har fått sin bild av hur en vacker kropp ser ut och vad skönhet är. Vidare menar författaren att om en kamrat talar om för en person hur denne ska se ut så kan kamraten i sin tur ha sett detta i medier som exempelvis i reklam (*ibid.*).

2.5 Sociala medier

Tillgången av datorer och Internet växte sig starkt under 1990-talet (Hernwall, 2001). Lövheim (2004) menar att i samband med det accelererande användandet av Internet under mitten av 1990-talet har forskning fokuserats på hur interaktion inom detta forum påverkar identitetsskapande. Digitala medier, såsom Internet, har större inverkan än andra typer av

mediala uppfinningar på hur barn utvecklas, vad barn värdesätter och därmed även vilka de blir (Montgomery, 2002). Internet har därmed kommit att ändra processer av identitetsskapande, personligt uttryck och socialitet (Chittenden, 2010). Lövheim (2004) presenterar även att forskning har fokuserat på Internets potential att skapa nya sätt för individer att tolka sina personliga erfarenheter och relationer. Detta genom en ökad tillgång till sådant som inte finns i deras fysiska närhet. Ett annat fokus inom forskningen ligger på Internets potential att manipulera sin presentation av den kroppsliga identiteten som exempelvis hudfärg, kön och utseende (*ibid.*).

Bloggar utgör en populär arena för ungdomar att skriva om sina tankar och erfarenheter och är därför en värdefull resurs i tonåringarnas identitetsskapande. Genom att läsa och skriva bloggar kan ungdomar utforska sig själva och relationer till andra (Chittenden, 2010; Moinian, 2006). Facebook har också vuxit sig starkt och Mod (2010) lyfter fram att detta forum för tillfället är världens fjärde mest besökta hemsida och utgör, med sina över 500 miljoner användare, den mest populära sociala communityn. Sociala medier på Internet kan skapa en viss grad av anonymitet. Det kan innebära att personer som har svårt att skapa relationer i verkligheten lättare och med bättre självförtroende kan skapa kontakt med andra på Internet. Det möjliggör även för dem att utforska sin identitet med andra likasinnade och jämnåriga (Chittenden, 2010). Bland annat Hernwall (2001) beskriver att personer som använder sig av Internet kan skapa en alternativ självpresentation. Genom att individer kan interagera med andra utan att uppvisa yttre attribut, var de bor eller annat som framkommer vid fysiska möten, skapas andra förutsättningar för hur användarna presenterar sin identitet (*ibid.*). I en redogörelse för sin egen tidigare forskning från 2001 menar Moinian (2006) att barn och ungdomar tenderar att konstruera och exponera vissa delar av sina identiteter utifrån förväntningar och reaktioner som de får från den sociala miljön. Chittenden (2010) menar att valet av bilder och uttryck av personliga tankar tillåter personerna att uppvisa meningsfulla aspekter av sig själva.

3. Teoretiska utgångspunkter och begrepp

Då syftet med denna studie är att studera tonårstjegers identitetsskapande bland annat utifrån yttre faktorer, framförallt med fokus på medial påverkan, kommer vi nedan att redogöra för olika begrepp och teoretiska utgångspunkter. Vi kommer att klargöra vad som i uppsatsen definieras som identitet och identitetsskapande. Dessa begrepp används som sammanfattande

och analyserande verktyg för att dra slutsatser kring hur olika faktorer påverkar tonårstjevers uppfattning av sig själva. Som teoretisk utgångspunkt kommer vi främst att belysa identitetsskapande ur ett socialkonstruktivistiskt perspektiv. Nedan följer en redogörelse för denna teoretiska utgångspunkt. Vi kommer även att använda oss av Goffmans (2009) skildring av det dramaturgiska perspektivet där det sociala samspel ses som ett skådespeleri. Begrepp som *roll*, *framträdande*, *fasad*, *främre* och *bakre region* samt *team* kommer att användas. Goffmans begrepp är avsedda för att skapa en närmare förståelse utifrån ett mikrosociologiskt perspektiv.

3.1 Identitet och identitetsskapande

Begreppet *identitet* kan beskrivas och förklaras på olika sätt och har blivit allt mer problematiskt att definiera och avgränsa. I ordböcker definieras identitet som fullkomlig överensstämmelse, likhet och att individen är den som han eller hon utgör sig för att vara (Johansson, 2006). Identitet kan exempelvis ha att göra med en persons identifikation med en viss kultur, nation eller etnisk tillhörighet vilket är en del av en kulturell, nationell eller etnisk identitet. Begreppet självbild, som lyfter fram medvetenhet om sig själv som en unik individ kan också förklara identitetens betydelse. I likhet med Frisé och Hwang (2006) är det identiteten som självbild som vi kommer att illustrera i första hand. Därmed kommer frågor rörandes vad som gör en person unik och vad som påverkar identiteten att belysas (Frisé & Hwang, 2006).

Många som ska beskriva sig själva gör detta i termer av yrke, inkomst, ålder, boende och så vidare, vilket lyfter fram ens sociala position som handlar mest om smak och stil (Johansson, 2006). Identitet kan belysas genom den subjektiva identitetsupplevelsen och dess olika sidor, dels den djupare upplevelsen *att jag är*, och dels upplevelsen av *vem jag är*. Identitetens innehåll, vem och vad man upplever sig vara är nära knuten till den mening som jag ger mina upplevelser och erfarenheter. Identiteten kan dock aldrig utvecklas utan samspel med omgivningen och kan heller ej enbart vara individens ensak. Det är bland annat i samspelet med andra som uppfattningen av sig själv bekräftas, avvisas eller utvidgas (Wrangsjö, 2006). När det kommer till frågor kring identiteter lyfts ofta identitetsskapande fram vilket belyser processen om vem man är snarare än den definitiva positionen (Johansson, 2006). Likt detta belyser Berger och Luckmann (2007) att identiteten är ett viktigt element inom den subjektiva verkligheten och står i ett dialektiskt förhållande till samhället. Den formas av sociala

processer, vidmakthålls, modifieras såväl som omformas genom sociala relationer. De gör dessutom skillnad mellan identitet och identitetstyper. Där det sistnämnda är en social produkt som kategoriseras och typifieras (*ibid.*).

Identitetsskapande handlar således om sökandet efter autenticitet och vem man är bortom alla sociala distinktioner vilket kan utgöra en osäkerhet hos många människor (Johansson, 2006). Likt Göthlund (1997) som använder begreppet identitetsarbete kommer vi i denna uppsats använda oss av *identitetsskapande* istället för att tala i termer av identitetsutveckling. Detta med anledning av att identitetsarbete och identitetsskapande betonar att det är en aktiv process (*ibid.*).

3.2 Socialkonstruktivism

Det var sociologerna Peter L. Berger och Thomas Luckmann som myntade begreppet *social konstruktion* (Payne, 2002). Utgångspunkten i socialkonstruktivismen är att *verkligheten* har skapats och konstruerats av sociala företeelser. Verkligheten i sin tur uppfattas olika beroende på dess kontext och beroende på vem den tolkas samt uppfattas av (Berger & Luckmann, 2007). Verkligheten utgör den *kunskap* som styr vårt beteende. Kunskapen fördelas socialt och innebär ”vissheten om att fenomenen är verkliga och att de äger specifika kännetecken” (Berger & Luckman, 2007, sid 25). Tillsammans kommer vi fram till gemensamma bilder av verkligheten genom att vi delar med oss av vår kunskap. Detta sker via olika sociala processer, främst genom språket, vilket organiserar denna kunskap och gör att den blir objektiv. Författarna väljer att dela upp verkligheten i subjektiv och objektiv verklighet. Den subjektiva är hur individen tolkar sin omgivning och även sig själv. Den objektiva verkligheten utgörs av samhällets gemensamma bild (*ibid.*).

Sanning och kunskap konstrueras således i sociala sammanhang av människor, för människor (Payne, 2002). Människor skapar i sin tur kategorier i syfte att placera kunskap och för att lättare kunna få grepp om den verklighet vi skapar, lever och utvecklas i. Sedan agerar vi människor utifrån det som är socialt accepterat i vår kultur vilket kan ses som att alla individer är ett resultat av samhällets uppfattningar, normer och värderingar (Berger & Luckmann, 2007; Payne, 2002).

Det socialkonstruktivistiska perspektivet som teoretisk utgångspunkt kommer i första hand användas för att analysera hur den verklighet som tonårstjejer förhåller sig till har konstruerats. Vi avser även att analysera hur detta kan påverka uppfattning av identiteten och hur den förmedlas till andra. Socialkonstruktivismen har influerats av bland annat symbolisk interaktionism och detta främst i samband med de socialpsykologiska förutsättningarna och hur den "sociala verkligheten internaliseras" (Berger & Luckmann, 2007, sid 24). Med anledning av att vi avser att undersöka "den sociala konstruktionen av verkligheten" (*ibid.*, sid 12) har vi därför valt socialkonstruktivismen som utgångsläge.

3.3 Goffmans dramaturgiska perspektiv

I "*Jaget och Maskerna – en studie i vardagslivets dramatik*" tar Goffman (2009) ett sociologiskt perspektiv för att belysa hur socialt samspel och liv fungerar genom att skildra detta som ett skådespel. Genom detta dramaturgiska perspektiv kommer vi att analysera hur framförallt tonårstjejer förhåller sig till verkligheten, som Berger och Luckmann (2007) talar om, samt hur detta tar sig i uttryck. Det dramaturgiska perspektivet kommer även att användas för att undersöka hur människor presenterar sig själva och hur de uppfattas av omgivningen. För att analysera och lyfta fram viktiga aspekter kring detta kommer vi att använda följande begrepp:

Begreppet *roll* utgörs av fasta handlingsmönster som en person uppvisar både under ett framträdande och i andra situationer. Personen som spelar sin roll förväntar sig oftast att åskådarna tar denne på allvar och att de tror att denne har de egenskaper som vederbörande uppvisar. För att denna roll skall kännas äkta är det även viktigt att individen själv tror på den. Rollen vi intar blir slutligen en del av vår personlighet. Goffman menar att vi kommer till världen som individer, förvärvar en karaktär och blir till slut personer, då våra roller interageras med vår personlighet (Goffman, 2009). Med hjälp av begreppet roll kommer vi bland annat analysera hur tonårstjejjers handlingar och uttryck förändras beroende på den sociala kontexten. Uppvisandet av rollen ter sig nämligen olika beroende på sammanhanget.

Framträdandet är en aktivitet som personen, rollinnehavaren, utför framför en speciell grupp, åskådare, som är närvarande under en längre tid. Framträdandet kan till viss del påverka beaktarna, menar Goffman (2009). Även detta begrepp kommer att användas för att analysera

hur tonårstjejerna uttrycker sin identitet, främst genom deras agerande i olika situationer samt hur de påverkas av omgivningens reaktioner.

Fasaden utgör de expressiva medel som personen uppvisar under sina framträdanden. Med hjälp av fasaden får åskådarna en definierad bild av det som sker och vem personen i fråga är (Goffman, 2009). Detta begrepp kommer att användas för att belysa på vilket sätt yttre attribut ger en förståelse för vilka de är.

Den *främre regionen* utgörs av den plats där framträdandet sker. Den *bakre regionen* utgörs av det som är dolt för åskådarna, det vill säga det som pågår bakom scenen. Det som döljs i den främre regionen tenderar ofta att komma fram i den bakre regionen (Goffman, 2009). Dessa två begrepp kommer att användas i analysen av en persons presentation av sin identitet samt det som de av olika anledningar inte visar upp.

Team innefattar en grupp människor som, likt roller, har bestämda handlingsmönster som uppvisas under framträdanden (Goffman, 2009). Detta begrepp kommer vi att använda i vår analys av hur en grupp människors gemensamma bild av olika företeelser påverkar en persons identitet.

4. Metod

4.1 Fokusgrupper

Vi har genomfört en kvalitativ undersökning i form av tre fokusgrupper med fem, åtta respektive fyra tonårstjejer mellan 16 och 19 år i varje grupp. I en fokusgrupp samlas en grupp individer som under en begränsad tid diskuterar ett på förhand givet ämne (Wibeck, 2000). I vårt fall tog diskussionerna kring identitet cirka en timme per fokusgrupp. Vi antog rollen som moderator eller samtalsledare vilket skiljer sig från traditionella intervjuare. Huvuduppgiften för en moderator är att skapa diskussion mellan deltagarna (*ibid.*). Samtidigt hade vi i uppgift att styra samtalet och inte låta någon person ta för mycket respektive för lite plats i diskussionen. Beroende på hur mycket moderatören styr desto mer strukturerad blir fokusgruppen (*ibid.*). Med anledning av detta valde vi att lämna utrymme för tjejerna att diskutera mer fritt. Vi valde att använda semistrukturerade frågor och ämnen (May, 2009). Formuläret (se bilaga 1) använde vi mer som ett stöd i diskussionerna. Samtliga fokusgruppsintervjuer spelades in på band efter samtycke från informanterna.

4.2 Metodens förtjänster och brister

Fokusgrupper som metod var användbart i detta avseende för att undersöka tjejernas värderingar, attityder och föreställningar kring ämnet identitetsskapande. Det genererades även viss kunskap om den sociala interaktionen, det vill säga hur de resonerade och kom fram till sina synpunkter (Wibeck, 2000). Vi lade, i enighet med May (2009) tyngden på hur tonårstjejerna tillskriver sin omgivning mening och tolkar denna. Eftersom individers upplevelser är subjektiva och personliga (May, 2009) vill vi poängtera att denna studie ej avser att skapa allmängiltiga slutsatser som kan ses som en enda sanning.

I enighet med Wibeck (2000) anser vi att för att kunna föra en bra diskussion och mer djupgående behandla ämnet identitet, var det mer lämpligt att grupperna bestod av omkring fyra till sex personer. Likt Wibeck, och utifrån egna erfarenheter, menar vi att om en grupp består av fler än sex personer finns en risk att subgrupper bildas och att personer som har svårt att göra sin röst hörd inte kommer till tals. Exempelvis upplevde vi att diskussionerna blev mer djupgående och flöt på bättre i de två grupper som hade fem respektive fyra deltagare än i den med åtta. I den större gruppen bildades även vissa grupperingar.

Likt May (2009) upplevdes det som att inspelningen av diskussionerna i vissa grupper kan ha hämmat somliga deltagare. Detta då vi efter ett tag uppfattade att diskussionerna blev allt mer avslappnade. Att spela in diskussionerna innebar att vi som moderatorer kunde fokusera på vad som skedde i rummet istället för att distraheras av att föra anteckningar (*ibid.*). Genom att observera respondenterna kunde vi därför få en mer djup förståelse för deras sätt att resonera och hur de ser på den värld de lever i (Aspers, 2007). Dessutom gav inspelningarna bra underlag för vår analys eftersom materialet kunde undersökas mer objektivt och vi kunde upptäcka sådant vi annars inte hade uppfattat (May, 2009). Samtidigt som vi, likt det som nämnts ovan, undersökte tjejernas subjektiva upplevelser möjliggjorde den semistrukturerade formen att i respondenternas utsagor till viss del kunde jämföras (*ibid.*).

4.3 Urval

Vår urvalspopulation kan, likt andra studier, haft stor påverkan på studiens analys och slutdiskussion (Jacobsson & Meeuwisse, 2008). Vi gjorde ett *strategiskt urval* (May, 2009) då det baseras på vissa specifika egenskaper: tjejer i övre tonåren (mellan 16 och 19 år), deltagarna i respektive fokusgrupp kommer från samma skola och känner varandra mer eller

mindre. Dock skiljde sig grupperna åt. *Fokusgrupp A* bestod av fem tjejer som är eller inom kort ska fylla 18 år. De är vänner, går i samma klass och träffas därför ofta. *Fokusgrupp B* bestod av sammanlagt åtta tjejer från samma skola i åldrarna 16 till 19 år. De går i olika klasser men träffas dagligen då de har vissa lektioner tillsammans. Några av dem umgås på fritiden och det framkom att det fanns grupperingar under diskussionerna. *Fokusgrupp C* bestod av fyra tjejer som är 17 år. De går i samma klass och de umgås med varandra på fritiden.

Att samla ihop vår urvalspopulation var svårare än vi hade anat. Vi kontaktade många skolor men fick till en början ofta negativa svar. Till slut fick vi dock tag på två fokusgrupper (A och B) efter kontakt med två kuratorer på olika skolor (se bilaga 2). Vi eftersträvade att ha tre fokusgrupper för att kunna få en mer nyanserad bild av undersökningsämnet. Med anledning av besvären med att hitta grupper och utifrån tidsaspekten kontaktade vi en bekant till en av oss författare. Denne kontaktade i sin tur tre vänner, vilket kan liknas vid ett så kallat *snöbollsurval* (May, 2009). På så vis skapade vi en tredje grupp, fokusgrupp C.

4.4 Metodens tillförlitlighet

Huruvida utfallet av denna studie är tillförlitlig beror till stor del på metodens validitet och reliabilitet. Graden av studiens validitet beror på ”Hur bra man mäter det man vill mäta” (Aspers, 2007, sid 233) och reliabiliteten har kortfattat att göra med ”Hur bra man mäter det man faktiskt mäter” (*ibid.*, sid 232). Det var således viktigt med en väl genomtänkt och utförd studie, exempelvis i val av frågor. Under våra intervjuer upptäckte vi att vissa av frågorna var svåra att svara på (exempelvis: Vad innebär begreppet identitet för dig/er?). Vi omformulerade därför frågorna (exempelvis ändrades frågan ovan till: hur vet man vem man är?). Utgångspunkten var att ställa öppna frågor för att starta diskussioner och för att inte förförståelsen skulle ta över (Thurén, 2007). Vid några tillfällen använde vi oss dock av något mer ledande frågor för att förtydliga, sammanfatta eller exemplifiera för hur de skulle kunna tänka kring ämnet. Detta fick igång diskussioner samtidigt som det kan ha lett till att tjejerna svarade utifrån vad de trodde att vi ville ha för svar. Detta kan återigen kopplas till förförståelsen (*ibid.*). Samtidigt var vi noga med att försäkra dem om att det inte finns några rätta eller felaktiga svar (Wibeck, 2000).

Förförståelse påverkas av våra värderingar, önsknings och skapar antaganden om olika företeelser, studiens utfall kan därmed ha påverkats av detta. Den är dock nödvändig eftersom allt vi upplever bygger på detta och gör att vi kan förstå saker och ting (Thurén, 2007). Vår studie kan mycket väl ha influerats av egna erfarenheter och upplevelser från vår tonårsperiod eftersom vi inte är så många år äldre än våra respondenter. Detta kan ha lett till att viktiga aspekter i vår studie har blivit förbisedda och att analysen kring identitetsskapande har färgats av vår förförståelse även om vi har försökt vara objektiva (Aspers, 2007).

Med anledning av att fokusgrupperna är mellanmännliga (Aspers, 2007) kan vi som samtalsledare ha påverkat deltagarna i deras svar. Exempelvis kan vår ålder ha lett till att ungdomarna öppnade upp sig mer än om vi hade varit äldre. Tjejerna har antagligen även påverkat och påverkats av varandra. Möjligtvis kan vissa deltagare ha hämmats av gruppen och därför inte kunnat få fram det de tänkte. Å andra sidan kan deltagarna ha givit varandra positiv feedback och/eller inspirerat varandra att utveckla sina egna resonemang. Interaktioner inom en grupp påverkar nämligen deltagares handlingar och åsikter. Detta är ytterligare ett skäl till varför det inte går att dra några generella slutsatser (May, 2009).

Att en av grupperna var sammansatt av en bekant till den ena skribenten kan ha påverkat utfallet. Detta genom att de har vetskap om varandra vilket kan ha färgat svaren. Vi anser samtidigt att detta kan ha varit positivt då deltagarna verkade våga ta för sig mer. Bekantskapen anser vi även inte ha haft någon större betydelse för studiens utfall. Detta med anledning av att ämnet är relativt allmänt och att rollen som moderator är mer tillbakadragen då syftet var att skapa en diskussion mellan tjejerna (Wibeck, 2000). Dessutom deltog sammanlagt sju tjejer i gruppsammanhang vilket innebär att varje enskilds röst inte blev lika framträdande. Då denna fokusgrupp skedde på annan ort var en av skribenterna samtalsledare. Detta kan också ha påverkat utfallet med anledning av den mellanmännliga aspekten (Aspers, 2007; May, 2009). Under fokusgrupp A och B kunde vi exempelvis kompensera varandra och möjligtvis ledde detta till mer nyanserade diskussioner. Att enbart en höll i fokusgrupp C behöver samtidigt inte ha varit en nackdel. Gruppen hade möjligen kunnat hämmas om vi var två och de fyra. Dessutom upplevde vi att behovet att vara två samtalsledare inte var lika stort som i exempelvis fokusgruppen med åtta deltagare.

4.5 Bearbetning och analys av det empiriska materialet

De inspelade fokusgruppernas diskussioner transkriberades ordagrant. Därefter kategoriserade vi det skrivna materialet, det vill säga kodade frågorna och svaren utifrån valda teman (identitet, påverkansfaktorer, massmedia och sociala medier). Detta för att möjliggöra djupare analyser inom respektive område (May, 2009). Med hjälp av undersökningens framkomna utfall och genom att sätta detta i relation till tidigare forskning och våra teoretiska utgångspunkter försökte vi sedan analysera och belysa aspekter för att besvara studiens frågeställningar.

4.6 Etiska ställningstaganden

Då vårt valda ämne, tjejers identitetsskapande, är relativt allmänt innebär det att vi inte undersöker en specifikt sårbar grupp. Vi vill därför påstå att det var etiskt försvarbart att tala direkt med tjejerna. Vi försökte möta dem med respekt, hålla oss till syftet och framförallt undvek vi att ställa känsliga frågor. I vår studie beaktas således individskyddet för våra deltagare enligt Vetenskapsrådets anvisningar (Vetenskapsrådet, 2002). Tjejerna upplystes muntligen om studiens syfte, vilka vi är, medverkandets premisser samt att svaren enbart skulle användas i studien etcetera. Detta hade de även informerats om innan vi träffade dem. På så vis beaktas informationskravet. Då vi talade direkt med ungdomarna var samtyckeskravet extra viktigt, det vill säga att deltagandet var frivilligt. I denna uppsats uppges ej deltagarnas personuppgifter, känslig information, skola, klass, bostadsort och så vidare. Detta tar hänsyn till konfidentialitetskravet. Fokusgrupperna kallas därför för *fokusgrupp A, B* respektive *C*. Respondenterna har dessutom fått fingerade namn utifrån den bokstav som representerar varje grupp. Anknytningen till den bekante nämns ej då det finns risk att dennes anonymitet ej kan upprätthållas. Att nämna vilka de är etcetera har dessutom ingen relevans för studiens utfall. Nyttjandekravet är ytterligare något som uppmärksammas då det som framkommit enbart kommer att användas i denna studie (*ibid.*).

4.7 Vår avgränsning

I vår undersökning talade vi enbart med sjutton tjejer i de övre tonåren vilket innebär att det är dessa tjejers perspektiv som är ämnat att stå i fokus. Om studiens utfall är applicerbart på andra personer än dessa eller om det går att dra mer allmängiltiga slutsatser är därför svårt att avgöra. Genom att ej tala med personer med olika kön kan vi heller ej dra några generella slutsatser utifrån ett genusperspektiv. Möjligtvis hade det varit intressant att göra en

komparativ studie utifrån genus och könstillhörighet men med anledning av studiens omfattning samt val av fokus har vi begränsat oss till tonårstjejer i åldern 16 till 19 år. När vi talar i termer om tonårstjejer och unga tjejer likställer vi dessa begrepp och menar således tjejer i tonåren. Det hade även varit intressant att göra en jämförande studie utifrån olika åldrar men med anledning av uppsatsens begränsade tidsram har vi valt att avstå från detta. Dessutom hade det kunnat vara intresseväckande att tala med professionella eller andra vuxna, exempelvis kuratorer, som kommer i kontakt med vår urvalspopulation. Detta hade möjligtvis kunnat generera ett utanförperspektiv av hur tonårstjejjers identitet påverkas och ge ett mer nyanserat utfall.

I studien ligger fokus främst på medial påverkan. Vi kommer att utgå från massmedia och sociala medier. Massmedia kommer att belysas rent generellt utifrån tidningar, TV, reklam och Internet. Med sociala medier avser vi forum på Internet där individer ges möjlighet att interagera och kommunicera med varandra på olika sätt. I uppsatsen kommer vi att belysa Facebook och bloggar som sociala medier. Facebook är ett socialt nätverk, där individer kan skapa en egen presentation av sig själva i form av en egen profil. På hemsidan kan användarna publicera bilder, skriva till varandra och kommentera exempelvis bilder samt statusuppdateringar. Forumet möjliggör således att användarna kan ta del av varandras vardag. Bloggar kan liknas vid digitala dagböcker, som kan läsas och kommenteras av andra. Bloggare väljer att, i olika utsträckning, offentliggöra sina tankar och åsikter kring vitt skilda ämnen.

4.8 Arbetsfördelning

Samtliga av uppsatsens delar har vi utformat tillsammans. Viss uppdelning har emellertid skett inledningsvis. Exempelvis påbörjade Moa problemformuleringen och Josefin på avsnittet om tidigare forskning. Därefter har den andra varit delaktig genom att vidareutveckla det som skrivits. Vi har löpande tillsammans diskuterat delarnas utformning och innehåll. Vi har båda deltagit under fokusgrupp A och B. Transkriberingen av den första gruppen utfördes av Moa och den andra genomfördes av Josefin. Den tredje fokusgruppen utfördes av Josefin och transkriberades därefter av Moa. Det skrivna materialet från fokusgrupperna kodade och analyserade vi därefter tillsammans. Med anledning av detta vill vi påstå att vi båda har varit lika och fullt delaktiga i samtliga av uppsatsens delar.

5. Resultat och analys

Vi kommer i detta kapitel att presentera vårt empiriska material utifrån våra fokusgrupper. Resultaten är uppdelade i fyra delar varav de två första är av mer övergripande karaktär; identitetens betydelse och hur den uttrycks samt omgivningens påverkan på identitetsskapandet rent generellt. De andra två delarna som vi har valt att lyfta fram är massmedia och sociala mediers inverkan i tjejernas identitetsskapande. Vi kommer i varje del lyfta fram citat som vi finner centrala i vårt material, följt av en sammanställning av tjejernas diskussioner. Fokusgruppernas resultat kommer att presenteras löpande utifrån fokusgrupp A, B och C. Fokusgrupp A består av; Anna, Alice, Annelie, Alba och Amanda. Fokusgrupp B består av Bea, Bettan, Bodil, Beata, Bianca, Britta, Belma och Barbro. Fokusgrupp C består av Cecilia, Carro, Camilla och Cilla. Under varje avsnitt kommer vi att föra en analys med koppling till våra teoretiska utgångspunkter och tidigare forskning för att belysa viktiga företeelser. I det efterföljande kapitlet kommer vi sedan att presentera en avslutande diskussion kring vårt resultat som helhet samt reflektioner kring vår undersökning.

5.1 Identiteters betydelse - yttrande och uttryck

Vid diskussioner kring betydelsen av identitet, ställde vi frågor kring vad identitet betyder för dem, hur de vet vilka de är och hur de kan uttrycka sin identitet. Nedan kommer vi att lyfta fram några centrala citat som besvarar dessa frågor samt en sammanställning kring gruppernas diskussioner och en avslutande analys utifrån resultaten.

Ens intressen, ens familj, folk runt omkring en ser en som person. Och hur jag ser mig själv som person, bestämmer vem jag är. Och lite hur man tänker som person och hur man ser på olika saker och hur man reagerar. (Alice).

Alltså man visar ju den man är liksom... hela ens personlighet. Fall man är öppen eller om man är sluten liksom. Just på sättet hur man bemöter folk. (Bianca).

... hur man klär sig blir en slags stil. (Anna).

Fokusgrupp A

Fokusgrupp A lyfte fram att värderingar och åsikter speglar vem man är och därmed även ens identitet. Anna exemplifierade detta genom att dra paralleller till hur hon röstade i valet som en del av vad hon står för. Alice belyser i citatet ovan, att identiteten speglar hur man är som person och hur andra ser på en. Gruppen var enig om detta och att identiteten även innefattar hur man agerar, reagerar och tänker i olika situationer samt ens intressen. Likt Annas citat

ovan, talade gruppen mycket kring att stilen representerar en del av vilka de är och att detta såldes är en del av en person. Däremot ansåg de att en individs stil inte säger allt om hur denne är. Alice menade bland annat att man kan ha åsikter och fördomar mot folk på grund av hur de ser ut, då utseendet "... är det första man lägger märke till".

Fokusgrupp B

I likhet med fokusgrupp A belyste fokusgrupp B att identitet har att göra med både inre och yttre aspekter. I citatet ovan nämner Bianca att en individs personlighet kan visa hur personen ifråga är. Hon lyfte även fram att bemötandet av andra människor också är en del av ens identitet, vilket hela gruppen var enig om. I enighet med fokusgrupp A talade de om yttre attribut som en del av en person. De menade att dessa yttre attribut även kan vara ett sätt att uttrycka sig själv på. Bea menade dock att:

... man kan inte döma en person för hur man ser ut eller hur man klär sig eller någonting så. Det säger inte så mycket. (Bea).

Fokusgruppen menade dessutom, i likhet med fokusgrupp A, att det finns en risk att döma en person på förhand eller få förutfattade meningar på grund av dennes utseende och stil. Exempelvis berättade Beata att hon hade fått en felaktig bild av en klasskamrat. Denna bild ändrades när de började tala med varandra och idag är de goda vänner. Vidare beskrev gruppen vikten av att vara sig själv. I situationer då de inte kan vara sig själv kan det kännas jobbigt. Exempelvis beskrev Beata att hon blir osäker om hon umgås med "falska kompisar" som säger vad hon får och inte får göra.

Fokusgrupp C

Enligt fokusgrupp C betyder ordet identitet hur man är och vem man är. Identitet är någonting som utmärker en person och som lyser igenom. De belyste personliga egenskaper som exempelvis om en person är glad, sprallig eller musikalisk. Gruppen talade även om personliga åsikter, tankar, värderingar och intressen som exempelvis musik eller teater. Likt de andra grupperna anser de att en persons stil är en del av en person. Att ha på sig kläder som inte stämmer överens med ens personlighet kan leda till osäkerhet.

Ja, alltså alla har ju en speciell stil. Som det, alltså, som om man går med en kompis på stan och shoppar och provar nån tröja. Då kanske kompiserna tycker den är jättesnygg på en själv men man själv kanske inte gillar den extremt mycket. Den

kanske sitter bra och så men man gillar liksom inte... för att det inte är en själv. Så att kläderna har ju också betydelse för sin identitet och så... (Cecilia).

Likt de två andra fokusgrupperna diskuterade fokusgrupp C kring att utseendet skapar en uppfattning om en person och hur den är. Gruppen var enig om att man agerar olika beroende på hur personen i fråga ser ut. Exempelvis beskrev Camilla att de som anses se bättre ut får mer uppmärksamhet. Cecilia menade vidare att om hon ser någon som ser bra ut så blir hon blyg och försöker att "Inte sno hans uppmärksamhet..." eller "inte gå i dennes väg". Gruppen var samtidigt enig, likt de andra grupperna, om att utseendet inte säger allt om en persons identitet.

... Jag skulle kunna tänka mig att jag uppfattas mer fjortis än vad jag är tror jag. Jag tror det faktiskt. För om man lär man känna mig så inser man att jag är ju snäll... hehe. Nae men liksom det är sant. (Camilla).

5.1.1 Analys

Inre och yttre sidor av identiteten

Samtliga av fokusgrupperna diskuterade kring aspekter av identiteter utifrån en individs inre och yttre sidor. De inre sidorna belyste exempelvis en individs personlighet, humor, åsikter, värderingar och tankar. De yttre sidorna handlade mer om personlig stil, kläder och utseende. En individs inre egenskaper kan kopplas till Berger och Luckman (2007) som menar att identiteten är en del av en persons subjektiva verklighet och identitet. Tjejernas åsikter, värderingar, hur de ser på sig själva och sina identiteter etcetera blir således en subjektiv verklighet. Berger och Luckmann (2007) menar vidare att identiteten formas av sociala processer, det vill säga i samspelet mellan individens medvetande, samhället och de rådande sociala strukturerna. Identiteten kan i de sociala relationerna vidmakthållas, modifieras eller omformas (*ibid.*). Detta kan kopplas till Alices citat ovan, där hon menar att andras uppfattningar om vem man är också är en del av ens identitet. Detta har även många andra av våra respondenter påpekat. I likhet med Berger och Luckman (2007) kan det dock påstås att andra människors uppfattning inte utgör en persons fullständiga identitet. Detta bland annat eftersom att människor, i mötet med andra, aldrig fullt ut kan dela med sig av sina subjektiva känslor och föreställningar, oavsett hur nära de än står varandra (*ibid.*).

Fokusgrupperna förde, vilket nämnts tidigare, diskussioner kring yttre sidor som personlig stil, kläder, utseende etcetera, vilket enligt dem kan ge ett intryck av hur de är som personer.

Det yttre kan kopplas till den gemensamma och objektiva verkligheten av hur en person uppfattas. Dessa yttre attribut kan hjälpa till att kategorisera människor och skapa, vad författarna kallar för identitetstyper (Berger & Luckmann, 2007). De yttre aspekterna av en persons identitet kan dessutom förstås genom Goffmans (2009) begrepp fasad. Genom exempelvis val av kläder skapas en fasad som åskådarna, och därmed omgivningen, identifierar personen med. En persons utseende eller det sätt en person uttrycker sig själv på kan därmed till viss del definiera vilken roll denne har tagit. Den främre regionen, där framträdandet sker kan kopplas till de olika situationer och kontexter tjejnerna agerar och befinner sig i (Goffman 2009). Tjejnernas agerande och reaktioner i den främre regionen kan även vara ytterligare ett sätt för dem att signalera och uppvisa vilka de är och vilken roll de har antagit i sammanhanget (*ibid.*).

Skillnad mellan det inre och yttre

Samtliga fokusgrupper talade om att utseendet och stilen inte säger allt om en persons identitet. Detta kan kopplas till att den fasad som uppvisas i den främre regionen ej stämmer överens med den man är i den bakre regionen (Goffman, 2009). Tjejnerna talade även om förutfattade meningar som de och andra kan skapa. Dessa kan exempelvis vara ett resultat av att människor i framträdandet ger ett sken av att vara någon som de egentligen inte är. Detta genom att de antar roller och använder sig av fasader som åskådarna i sin tur identifierar personerna med (Goffman, 2009). Det belyses även av Berger och Luckmann (2007) som beskriver att människor uppfattar och tillskriver varandra olika typifieringar i det fysiska mötet. Dessa fungerar som ett sätt för andra att få ett grepp om vem den andre är. Typifieringarna och dess scheman måste sedan förändras och modifieras allt eftersom man lär känna en person (*ibid.*). Likt detta menade respondenterna att genom att tala med och lära känna en person kan förutfattade meningar ändras.

Respondenterna i studien menade därmed att hur andra ser på dem inte behöver stämma överens med sin egen självbild (Frisén & Hwang, 2006). Självbilden stämmer således inte alltid överens med andras typifieringar (Berger & Luckmann, 2007). Detta kan i sin tur förenas med ens bakre region och att individer inte vill eller kan uppvisa alla sina sidor i sina framträdanden (Goffman, 2009). Goffman menar vidare att om den främre regionen i framträdandet inte stämmer överens med den bakre, kan detta slå tillbaka i den bakre regionen. Om en person tillskrivs att vara en någon som denne inte är eller inte vill vara kan detta möjligtvis leda till att denne mår sämre, alternativt får sämre självförtroende och

självkänsla. Exempelvis beskrev Beata att hon blir osäker när hon umgås med ”falska” vänner som säger till henne hur hon ska bete sig. Hur andra ser på oss i det fysiska mötet påverkar nämligen identiteten och självuppfattningen (Berger & Luckmann, 2007). Även fokusgrupp C diskuterade kring att självbilden inte alltid stämmer överens med det som uppvisas i den främre regionen. De berättade exempelvis att de upplever osäkerhet om kläderna de bär inte stämmer överens med vilka de är. Möjligtvis är även denna osäkerhet en konsekvens av att den fasad de uppvisar i den främre regionen inte stämmer överens med den bakre (Goffman, 2009).

5.2 Påverkansfaktorer - Varför blir man den man är?

Vid diskussioner kring identitet och vem man är, belyste samtliga grupper att deras identitetsskapande påverkas av omgivningen såsom familjen, vännerna och media. Vi kommer i följande avsnitt att presentera påverkansfaktorer rent generellt för att sedan redogöra för massmedias påverkan samt sociala mediars roll mer ingående i två separata avsnitt. Nedan lyfter vi fram några citat samt en redogörelse av respondenternas diskussioner. Detta följs av en sammanfattande analys av det framkomna.

Man påverkas av familj och vänner... alltså de som står en nära. (Betan).

... man blir oftast som sin mamma. (Bea).

Jag påverkas jättemycket av min pappa... För min pappa har alltid föreläsningar för mig och pratar och diskuterar mycket med mig och det påverkar min bild av världen och mina åsikter. (Alice).

Fokusgrupp A

Fokusgrupp A belyste omgivningens, uppfostrans och miljöns vikt för identitetsskapandet. Respondenterna lyfte fram personer som exempelvis familjemedlemmar, pojkvänner och vänner som viktiga personer och som påverkar vilka de är och blir. De förde en diskussion kring att värderingar och åsikter till stor del kommer från ens föräldrar och uppfostran. Alice menade att detta är någonting som de har vuxit upp med och som har formats under en längre tid. Hon lyfte dock fram att föräldrar inte kan ta det fulla ansvaret för den man blir, då identiteten påverkas av flera olika faktorer. Hon nämnde däribland dagis- och skolpersonal. Vidare beskrev Alba att om hon exempelvis känner osäkerhet i en situation kan hon rådfråga sina vänner kring hur hon ska bete sig. Anna beskrev även att andras förväntningar påverkar ens identitet och menade att:

Sen är det väl så att man försöker att möta andras förväntningar på en. Jag vet kanske att om jag säger en viss sak så kommer det att mötas på ett visst sätt, med något negativt, därför är jag på ett annat sätt. Och jag tror kanske att det är min identitet, men egentligen så kanske det bara är en anpassning efter vad andra vill. (Anna).

Fokusgrupp A beskrev också att påverkan skiljer sig beroende på ålder. De menade bland annat att de i yngre ålder påverkades genom att de ville se likadana ut som sina jämnåriga, vilket de inte längre känner något behov av. Anna sade dessutom att hon i yngre ålder ville vara andra till lags. Gruppen ansåg att de numera har bättre självkänsla och vet mer vilka de är och påverkas därför inte lika mycket som förr.

Fokusgrupp B

Fokusgrupp B ansåg att de som är i deras närhet är betydelsefulla för vilka de är och blir. Gruppen lyfte fram betydelsefulla personer som föräldrar, vänner och släktingar. I likhet med fokusgrupp A var de eniga om att de inte längre är lika påverkbara som de var när de var yngre. Då var de mer naiva och mindre mogna. De menade att de numera är mer säkra i sig själva och att den man är kommer med åldern. Bettan och Bea, nämnde likt Anna i fokusgrupp A, att de anpassar sig efter andras förväntningar. Detta bland annat genom att de vill att deras släktingar ska ha en bra uppfattning om dem och undviker att uppvisa sämre sidor av sig själva. Vid diskussion kring vänners påverkan menade exempelvis Bea, att när man byter skola och får nya vänner kan man utvecklas på ett nytt sätt. Detta genom att personen ifråga lär sig mer om sig själv och då kan ens riktiga jag framträda. Ett annat tema som framkom var gruppsyck och att man under ett sådant kan komma att agera på ett sådant sätt som ej stämmer överens med sina egna värderingar och den man är. Exempelvis sade Bettan att:

Är man med i ett så kallat tuffare gäng och de gör saker... det är klart man vill vara med för att man vill gå med dem... men är man till exempel med någon annan, typ lugn och så, så gör man som dem... Alltså man påverkas ju av andra. (Bettan).

Fokusgrupp C

Fokusgrupp C var ense om att familjen påverkar identiteten. Gruppen lyfte i likhet med fokusgrupp A fram att värderingarna från början kommer från sina föräldrar. Till exempel beskrev Cecilia att:

... men det är väl från, alltså mamma och pappa ändå. [...] Sen när man blir äldre kanske man tycker att det är fel och ändrar åsikt. Men det börjar väl någonstans i släkten och familjen och så. (Cecilia).

Åsikterna kan sedan påverkas av vänner eller någon de ser upp till menade fokusgruppen. De diskuterade, liksom de andra att vänner har betydelse. Carro beskrev att vänner har större inverkan på hennes identitet än familjen. Exempelvis sade Cecilia att hon kan ändra åsikt om vänner hon pratar med för ett bra resonemang. Cecilia beskrev vidare att hennes teaterintresse har påverkat henne mycket. Genom teatern kan hon släppa loss och vara sig själv och hon vet mer vad hon tycker och tänker. Detta bär hon även med sig i andra sammanhang. Liksom de andra grupperna diskuterade fokusgrupp C att agerandet förändras beroende på vem man är med. Camilla talade om att hon i sällskap med en vän, som hon har känt länge, kan vara sig själv mer eftersom de står varandra nära. Cecilia menade att hon tenderar att bli lite mer ordentlig med sina lärare i närheten.

Liksom de andra grupperna talade även denna fokusgrupp om åldersskillnader. Till exempel Cecilia beskrev att man i högstadiet var mer osäker och inte visste vem man var. Istället följde man strömmen, menade hon.

5.2.1 Analys

Omgivningens påverkan

Grupperna beskrev att identiteten formas och påverkas av andra människor. De belyser detta både utifrån vilka de är och vilka de blir. Detta kan kopplas till bland annat Göthlund (1997) och Johansson (2006) som menar att identiteten skapas i en ständig och aktiv process. Berger och Luckmann (2007) beskriver vidare att identitetsskapandet sker i samband med den sociala kontexten och dess sociala processer och relationer. Människor och även deras identitetsskapande kan därmed ses som ett resultat av samhällets normer och uppfattningar vilket innebär att de oftast agerar efter det som är socialt accepterat (Berger & Luckman, 2007; Payne, 2002). Ur ett socialkonstruktivistiskt perspektiv kan det innebära att respondenterna och människor i allmänhet ofta anpassar sig efter den verklighet de befinner sig i.

Berger och Luckmann (2007) lyfter fram att barn föds in i en objektiv social struktur och i en objektiv social verklighet. Där förmedlas den sociala och kulturella ordningen av de signifikanta andra. Med andra ord övervakas deras socialisation in i samhället av

omgivningen. Individen socialiseras exempelvis enligt socialt erkända kvinnliga och manliga versioner, vilket förmedlas av omgivningen och barnet identifierar sig således med denna roll och utifrån den objektiva verkligheten (Berger & Luckmann, 2007). Exempelvis talade fokusgrupp A och C om att ens värderingar kommer från föräldrarnas uppfostran och att dessa har implementerats under en längre tid. Värderingarna som tjejerna talar om är en typ av social ordning som de har fötts in i och som deras signifikanta andra, i detta fall föräldrarna har förmedlat till dem. Dessa kan i sin tur ha kommit att bli deras egna värderingar och åsikter och därmed även en del av deras identitet. Som Alice sade ovan, kan dock inte föräldrarna ta det fulla ansvaret för identitetsskapande hos barnet, då ens identitet påverkas av fler faktorer och personer i ens omgivning.

Det framkom att värderingarna och åsikterna har implementerats under en längre tid och är enligt respondenterna inte lika påverkbara som exempelvis klädsmak eller sådant som förknippas med det yttre. Berger och Luckmann (2007) menar att all mänsklig aktivitet kan bli vanemässiga om de upprepas och inordnas i mönster. Värderingarna kan därmed påstås ha blivit en typ av vanemässigt mönster inom tjejerna. Samtidigt menade de att värderingarna kan modifieras av andra som står dem nära eller någon de ser upp till. Exempelvis menade Cecilia att hennes åsikter kan ändras om hon talar med sina vänner. Bea talade om att vid byte av skola då nya vänskapsrelationer skapas kan identiteten utvecklas på ett nytt sätt.

Samtliga grupper lyfte dessutom fram att de var de mer påverkbara i yngre åldrar. Det framgick även att de idag kan reflektera över sig själva och sin omgivning på ett annat sätt än tidigare. Detta kan förklaras genom att den kognitiva förmågan har utvecklats och att de idag på ett mer systematiskt sätt kan fundera och reflektera kring identitetsfrågor och framtidsfrågor, vilket Frisé och Hwang (2006) och Lloyd (2002) lyfter fram.

Rollförväntningar och bemötande

Att tjejerna talade om att omgivningen har betydelse för vilka de är kan härledas till Goffmans (2009) resonemang kring att publikens förväntningar påverkar. Likt detta beskriver Anna i citatet ovan att hon försöker möta andras förväntningar och då anpassar sig efter vad andra vill. Omgivningens reaktioner och attityder gentemot individen kan även påverka dennes självreflektion. Detta genom att den andre personens reaktioner skapar en spegel där vi reflekterar över oss själva (Berger & Luckmann, 2007). Med anledning av detta kan tjejernas bild av sig själva och identiteten förändras i samspelet med andra. Förväntningarna kan

dessutom komma från olika håll och skilja sig åt. Exempelvis kan föräldrarna ha vissa förväntningar på barnet eller ungdomen medan vännerna har helt andra. Berger och Luckmann (2007) menar vidare att detta kan skapa en inre kamp hos individen vilket även kan leda till skuldkänslor.

Att tjejerna beskrev att de beter sig olika beroende på vem de är med kan förbindas med Berger och Luckmann (2007). De beskriver i likhet med Goffman (2009), att den roll som individen antar är förknippad med normer som omgivningen kräver att denne följer. Tjejerna anpassar sig troligen efter dessa normer genom att uppvisa, vilket de tror, är ett önskvärt beteende. Exempelvis talade fokusgrupp A om att när de var yngre så klädde de sig likadant som sina jämnåriga. Detta skulle kunna vara ett uttryck för att de klädde sig i sådant som de trodde att omgivningen i den kontexten ansåg var socialt accepterat. Ett annat exempel på detta är att bland annat fokusgrupp B och C talade om att de döljer sidor av sig själva som de anser är sämre och istället försöker uppvisa positiva sidor. Ur det dramaturgiska perspektivet kan det som ej uppvisas förklaras genom att de döljer detta från framträdandet i den främre regionen. Istället kvarstår det dolda i den bakre regionen där åskådarna och omgivningen inte kan se det (Goffman, 2009).

Hur andra bemöter individen kan även påverka dennes självbild. Exempelvis beskrev Camilla i citatet i avsnittet ”Identitetens betydelse - yttrande och uttryck” att hon antagligen uppfattas som mer ”fjortis” än hon egentligen är. Detta kan, som nämnt tidigare, belysas genom kategoriseringar och typifieringsscheman som hjälper oss att skapa en uppfattning om varandra. Dessa bestämmer situationens handlingar. Att Camilla typifieras som en fjortis kan därmed påverka andras bemötande vilket i sin tur kan påverka hennes självuppfattning (Berger & Luckmann, 2007).

Bekräftelse och avvisande

Omgivningens betydelse i identitetsskapandet kan även förklaras genom Wrangsjös (2006) resonemang där han beskriver att individen i det sociala samspelet med andra, bekräftas, avvisas eller utvidgas. Precis som Göthlund (1997) nämner är bekräftelse ännu viktigare under tonårens identitetsskapande då ungdomar söker efter bekräftelse om och om igen. Det är i bekräftelsen som identiteten växer sig starkare och detta leder till att personen i fråga blir mer säker på sig själv, menar Berger och Luckmann (2007). Detta då vi i det sociala mötet söker bekräftelse för oss som individer och för vår subjektiva verklighet. Det är framförallt

bekräftelse från de nära eller andra signifikanta andra som är viktig, även om mer kortvariga kontakter till viss del kan intyga en persons identifiering och syn på sig själv och verkligheten (Berger & Luckman, 2007). Exempelvis belyste Alba att hon ibland frågar sina vänner om hur hon ska agera i olika situationer. Detta kan ses som att hon söker en typ av bekräftelse på att hennes agerande kommer att vara socialt accepterat. Cecilia menade att teaterintresset har stor inverkan på hennes identitet. Detta kan tolkas som att hon i dessa sammanhang får bekräftelse och möter acceptans kring sina åsikter och tankar. Denna typ av bekräftelse som Alba och Cecilia talade om, kan enligt tolkning av deras resonemang, leda till att de blir mer säkra på den de tror att de är (Berger & Luckman, 2007).

Att bli avvisad, som Wrangsjö (2006) nämner, skulle exempelvis kunna belysa det resonemang fokusgrupp B förde kring gruppsyck. De var eniga om att det inte är ens egna värderingar som kommer i första rum under inflytande av gruppsyck. Fokusgruppen var överens om att detta beror på ett behov av att känna samhörighet med gruppen. Detta kan i sin tur kopplas till Goffmans (2009) begrepp team. Personer som ingår i team beaktar och agerar nämligen ofta i enighet med teamets eller gruppens normer istället för sina egna. Goffman (2009) beskriver vidare att de som agerar i ett team och vill bibehålla teamets linje kommer att välja medlemmar som de kan lita på och som kommer att agera på det sätt teamet önskar. Med anslutning till detta kan det påstås att unga tjejer, under gruppsyckets inflytande, agerar på ett sådant sätt som de egentligen inte står för. Detta eftersom de inte vill uteslutas från teamet och mista känslan av samhörighet. Under gruppsyck kan de anta en roll i den främre regionen som inte stämmer överens med deras bakre region (Goffmans, 2009) eller, med tolkning av Berger och Luckmann (2007), inte stämmer överens med den subjektiva uppfattningen av sig själv. Goffman (2009) lyfter också fram att det som döljs i den främre regionen, oftast kan slå tillbaka i den bakre regionen, vilket påverkar självbilden.

5.3 Massmedial påverkan

I samtliga grupper resonemang kring påverkansfaktorer diskuterades även massmedial påverkan. Med anledning av att mycket fokus lades vid detta och att den massmediala faktorn upptog en större del av fokusgruppernas diskussioner, finner vi det lämpligt att detta får en mer central och djupgående redogörelse. Fokusgrupperna resonerade dels kring hur massmedia påverkar dem och unga tjejer rent generellt samt bilden av unga tjejer. Nedanstående citat lyfter fram tjejernas uppfattning kring massmedial påverkan och deras syn

på massmedias budskap. Likt övriga avsnitt kommer detta att följas av en redogörelse för gruppernas resonemang följt av en sammanfattande analys.

... man har blivit uppfostrad av samhället till en duktig liten flicka. (Alice).

Ja, men allting ska liksom vara så perfekt. [...] Allting du gör, hur du ser ut, hur du tänker... (Bianca).

Att man ska vara typ smal... och gärna blond. (Britta).

... köp det här så blir du så mycket lyckligare liksom. (Camilla).

Fokusgrupp A

När fokusgrupp A diskuterade kring vilka faktorer som påverkar deras identitetsskapande lyfte bland annat Alba fram att det yttre påverkas mycket av massmedia. Däremot anser de inte att massmedia har någon större effekt på åsikter och värderingar. Vidare talade de om att det finns bild om att unga tjejer exempelvis ska vara smala, vältränade och snygga. Annelie menade att den massmediala och stereotypa bilden av hur tjejer ska vara inte ifrågasätts. Anna lyfte vidare fram att massmedias krav och budskap är att tjejer ska förändra sig och att unga tjejer porträtteras som söta och snälla som aldrig säger nej. För att förtydliga detta sade hon dessutom att:

Nej men så här, nu ska tjejer, det är nu vi ska gå till kamp. Och nu ska vi ha de höga posterna. Det är vår generation som ska göra detta... säger media till oss. (Anna).

Fokusgruppen diskuterade att massmedia påverkar genom reklam, tv och tidningar och gruppen var enig om att man måste kunna ta detta på rätt sätt. Anna sade bland annat att "Det är väl klart att man vill se ut som en reklampelare, de är ju snygga". Samtidigt poängterade hon sin egen medvetenhet om att dessa bilder ej stämmer överens med verkligheten. Gruppen menade vidare att de idag inte är lika utsatta för massmedias påverkan, då de kan se detta ur ett annat perspektiv. Exempelvis är de mer medvetna om att massmedia vill tjäna pengar. Gruppen belyste dessutom att yngre personer påverkas mer än vad de gör. Detta har enligt dem framförallt att göra med att de idag har bättre självkänsla och självförtroende. Alice menade dock att massmedia, trots insikt om att bilder ofta är retuscherade, kan påverka tjejer negativt. Hon exemplifierade detta genom att hänvisa till en bekant som påverkas även om denne förstår att bilderna är förskönade. Anna uppgav även att hon vid yngre ålder var på god väg att få ätstörningar och Alba lyfte fram att hennes sexåriga kusin har börjat säga att hon har

stor mage. Alice menade även att hon inte påverkas direkt av massmedia. Istället lyfte hon fram att hon snarare påverkas av vänner som i sin tur har påverkats av massmedia, exempelvis i val av kläder. Denna indirekta påverkan var något som hela fokusgruppen var ense om.

Jag tror jag påverkas indirekt av media, exempelvis hur jag klär mig. Och sen påverkar ju media det här med att man ska vara smal och vältränad. (Alice).

Fokusgrupp B

Fokusgrupp B anser att massmedias bild av tjejer är felaktig. Beata beskrev att tjejer framställs som ”slampor” och Bianca menade att tjejer gestaltas som ”objekt” som ska sträva efter att vara perfekta i alla avseenden. De talade, likt fokusgrupp A, om utseende och att tjejer ska se ut på ett visst sätt. Bettan exemplifierade detta genom att hänvisa till TV-shop där de säljer bantningsprodukter och träningsredskap. Hon poängterade att de aldrig visar kraftiga tjejer som tränar. Effekten av att exponeras för sådana inslag kan vara negativ menade Bea och sade att: ”Då tänker man att man själv är jättefet och att man måste gå ner i vikt... trots att man inte behöver det”. Gruppen var ense om att självförtroendet påverkas negativt av att titta på sådant. Bea lyfte även fram att barnprogram påverkar barns inställning till bland annat smink och hänvisade till sin syster som redan vid åtta års ålder har börjat sminka sig. En annan aspekt gruppen lyfte fram, vilket även fokusgrupp A diskuterade, var ålderns betydelse. Gruppen ansåg att yngre påverkas mer än vad de gör. Bodil sade exempelvis att detta beror på att man mognar mer med åldern och Bianca beskrev att de inte är lika naiva längre.

Fokusgrupp C

Även fokusgrupp C menade att massmedias bild av unga tjejer är förvrängd och att kraven är felaktiga. De beskrev att unga tjejer ska vara söta, gulliga och små. Likt de andra grupperna, kom de in på att massmedia ofta exponerar bilder med smala och snygga modeller. Massmedia propagerar för att man ska vara smal och snygg vilket kan påverka en persons mående, menade de. Både Camilla och Cecilia belyste att tjejer kan få sämre självförtroende av massmedias bild. Bilden kring hur unga tjejer ska vara och se ut finns överallt, poängterade Cecilia. Den är dock, enligt Carro, mest påtaglig i klädesaffärer och i andra sammanhang med kläder.

De menade vidare att massmedia vill att tjejer ska vara nöjda med sig själva samtidigt som de vill att tjejerna ska ändra på sig. Att de ändå visar upp den bilden, beror enligt Camilla, på att

massmedia vill att tjejerna skall tänka att om de exempelvis har på sig de kläderna kommer de att se lika bra ut. Camilla tog även upp ett exempel från musikvideon till ”Just the way you are” av Bruno Mars. Enligt dem handlar låten om att man ska älska en person för vem den är, vilket enligt gruppen är ett bra budskap. Musikvideon handlar däremot om en pinnsmal tjej som ser ut som en modell. Gruppen menade att man bör sträva efter att vara sig själv och önskar att massmedia kunde fokusera mer på detta och visa upp ”vanliga” tjejer.

Massmedias påverkan behöver, enligt gruppen, inte vara negativ. Cecilia sade bland annat att hon genom massmedia blivit medveten om kost och motion, vilket enligt henne, kan vara för ens eget bästa. I resonemanget kring massmedias påverkan lyfte de dessutom fram att de kan få inspiration. Likt de två andra grupperna talade även fokusgrupp C om ålderskillnaden. Exempelvis beskrev Cecilia att man är mer osäker i högstadiet och att man då inte vet vem man är. Dessutom var de eniga om att de har mer erfarenhet och kunskap kring hur mycket bilder och liknande är retuscherade och att de därför kan se bakom den förskönade bilden.

5.3.1 Analys

Inre och yttre påverkan över tid

Om och på vilket sätt massmedia påverkar respondenter i vår undersökning och unga tjejer i allmänhet kan, likt det Mastronardi (2003) och Jarlbro (2006) beskriver, vara svårt att avgöra. Utifrån tjejernas utsagor, och i likhet med den forskning som lyfts fram av exempelvis Mastronardi (2003) och Jarlbro (2006), kan det dock påstås att massmedia har en roll i identitetsskapandet, även om dess omfattning är svår att belysa. Massmedia kan exempelvis ha en påverkan över tid (Jarlbro, 2006; Mastronardi, 2003). Trots att tjejerna menade att deras värderingar inte påverkas av massmedia i samma utsträckning som det yttre, kan massmedia ha inverkan på deras värderingar i ett långsiktigt perspektiv. Då påverkan sker över en längre tid kanske den inte blir lika påtaglig. Respondenterna influeras antagligen genom att de ofta och över tid exponeras för reklam och andra massmediala former, vilket liknar det som Mastronardi (2003) beskriver.

Påverkan över tid kan även belysas genom Berger och Luckmanns (2007) resonemang, vilket även har nämnts tidigare i andra avsnitt. De lyfter fram att mänskliga aktiviteter och handlande kan bli vanemässiga (*ibid.*). Den upprepande exponeringen av exempelvis massmedias framställning av tjejer kan skapa mönster hos individerna. Dessa mönster tenderar de sedan att ta efter och kan dessutom påverka deras attityder och liknande.

Möjligtvis kan detta förklara varför bilden av unga tjejer, enligt Annelie, har blivit någonting som ej ifrågasätts. Dessutom beskriver Jarlbro (2006) att om tjejer ständigt får se sig själva som objekt i medier, kan värderingar påverkas på sikt.

Indirekt eller direkt påverkan?

Det framgick i fokusgrupperna att vänner har större inverkan på respondenterna än vad massmedia har. Att vänner har större inverkan har också framkommit i Bengs (2000) studie även om massmedia också påverkar. Alice beskrev att massmedia snarare har en indirekt påverkan. Detta förklarade hon genom att hon påverkas av sina vänner som kan ha påverkats. Jarlbro (2006) hänvisar till Bengs (2000) samt en mängd andra studier och menar att ungdomar rent generellt anser att de påverkas mer av vänner. Ingen av dessa studier belyser dock varifrån vännerna har påverkats eller fått sina idealbilder (Jarlbro, 2006). Att vänner påverkar mer kan förklaras med Berger och Luckmanns (2007) tankegångar om att påverkan beror på relationen. Detta innebär att det är lättare att ta efter signifikanta andra som exempelvis en vän eller familjemedlem än en person man inte känner (*ibid.*).

Utifrån ovanstående kan det påstås att massmedias påverkan sker indirekt genom att de signifikanta andra har influerats. Vilket även belysts tidigare, kan även massmedias indirekta påverkan ha kommit från många olika håll såsom föräldrar och andra i ens omgivning. Det är således svårt att fastställa varifrån den omedelbara massmediala påverkan sker. Något som framkommit i denna studie är dock att det yttre kan påverkas av en mer direkt karaktär, vilket till exempel Alba lyfte fram. I fokusgrupp C talade de dessutom om att massmedia kan ge dem inspiration, vilket kan liknas vid en direkt påverkan. Den direkta påverkan kan även ha skett under en sådan lång tid att den ej har varit uppenbar att urskilja, vilket har presenterats tidigare (Jarlbro, 2006; Mastonardi, 2003).

Bilden av unga tjejer som social konstruktion

Den bild som porträtteras av unga tjejer i massmedia upplevde fokusgrupperna som felaktig. Exempelvis lyfte Beata och Bianca fram att tjejer framställs som ”slampor” och ”objekt”. Bilden av hur tjejer ska vara framstår som stereotyp. De flesta tjejerna talade dessutom om att massmedias budskap är att tjejer ska förändra sig. Detta dels genom utseendet men Anna nämnde även att tjejer ska ta för sig mer och ta de höga posterna. Ur ett socialkonstruktivistiskt perspektiv skulle det kunna påstås att bilden av unga tjejer är socialt konstruerad (Berger & Luckmann, 2007). Detta eftersom att framställningen av unga tjejer i

massmedia ter sig bygga på gemensamma föreställningar som skapar en typ av typifiering. Kunskapen, som framträder som en verklighet som människor har tolkat och konstruerat, styr således människans uppträdande i vardagslivet (Berger & Luckmann, 2007). Detta kan i sin tur tolkas som att massmedias bild av unga tjejer blir en sorts verklighet som de på ett eller annat sätt förhåller sig till och formas av. För att dra det till sin spets skulle det kunna påstås att bilden av unga tjejer blir någonting som tjejerna mer eller mindre strävar efter för att känna sig socialt accepterade (Gallagher & Pecot-Hebert, 2007). Detta med anledning av framställningen utgörs av samhällets normer och värderingar (Berger & Luckmann, 2007; Payne 2002).

Berger och Luckmann (2007) menar vidare att kunskap om fenomen förmedlas genom sociala processer. Med anledning av detta kan det påstås att bilden av unga tjejer förmedlas som en kunskap till tjejerna genom att de exponeras för massmedia samt på det sätt som människor i allmänhet talar kring den. Bilden lever vidare genom att vidarebefordras i sociala sammanhang. Berger och Luckmann (2007) menar nämligen att objektiveringar vidmakthålls av främst språket.

Vad ger massmedia för konsekvenser?

I fokusgrupperna talades det mycket om att tjejer som uppvisas i massmedia oftast är smala och vältränade. Fokusgrupp B beskrev exempelvis att TV-shop signalerar att man skall se ut på ett visst sätt. Detta kan kopplas till exempelvis Gallagher och Pecot-Hebert (2007) som beskriver att TV-program som exempelvis *Extreme Makeover*, presenterar socialt konstruerade ideal av skönhet. I likhet med Spitzer et al's (1999) studie, menade många av tjejerna i fokusgrupperna att denna bild inte är sanningsenlig. I Spitzer et al's (1999) studie framkom exempelvis att skillnaden mellan hur tjejer ser ut i verkligheten och hur de framställs i medier aldrig har varit större. Likt författarna menade även respondenterna att exponeringen av detta kan skapa dåligt självförtroende hos tjejer. Fokusgrupp B och C beskrev att tjejer generellt men även de själva kan må dåligt av att se denna stereotyp av kvinnor. Denna bild som kan påverka unga tjejers psykiska mående kan dessutom kopplas till Mastronardi (2003) som menar att det finns en mängd studier som har visat ett starkt samband mellan de idealbilder som presenteras i modemagasin och ätstörningar. En mängd forskning har även visat att exponeras för extremt smala modeller kan leda till osäkerhet, skam och ett missnöje med sin kropp (Mastronardi, 2004; Stice et al, 2001).

Respondenterna talade om att massmedia säger att de skall vara nöjda med sig själva samtidigt som de ska förändra sig. Denna paradox är även någonting som Göthlund (1997) och Gallagher och Pecot-Hebert (2007) belyser. Paradoxen kan dessutom kopplas till Giddens (2007) som pekar på motsägelsen som tonåringar generellt sett ställs inför: att å ena sidan vara vuxen och å andra sidan vara barn. Detta medför, enligt Giddens (2007) både spänning och osäkerhet. Med hänvisning till detta kan det påstås att genom att exponeras för massmedias motsägelsefulla budskap finns en risk för ökad osäkerhet och försämrat självförtroende.

Samtliga av grupperna var överens om att åldern har betydelse för den massmediala påverkans utsträckning. De belyste att de inte påverkas lika mycket nu som vid lägre ålder eftersom att de upplever sig mer säkra i sig själva. Fokusgrupp A beskrev till exempel att de med åldern har bättre självkänsla och självförtroende. Detta kan kopplas till Göthlund (1997) som menar att ju närmre tonårstjejer når en vuxen ålder desto mindre blir det kulturella utrymmet där de kan prova olika sidor hos sig själva. Med anledning av detta kan det påstås att ju äldre tjejerna blir desto mindre behov har de av att testa nya roller och blir därmed säkrare i sig själva. Möjligtvis är det så, i enighet med Göthlund (1997) att tjejerna med åldern har skapat en något mer stabil identitet, även om detta är en aktiv och fortgående process. Det verkar dessutom som att de med åldern har fått ett mer kritiskt förhållningssätt till massmedia. Exempelvis beskrev Anna att hon idag, trots att hon vill se ut som en reklampelare, kan se bortom den retuscherade bilden. Detta kan härledas till vad Frisé (2006) lyfter fram om att personer i yngre åldrar påverkas mer av omgivningen och är mer osäkra på vad de själva tycker.

5.4 Sociala medier och den offentliga identiteten

Som nämnts innan har även sociala medier haft en stor roll i studien. Därför presenteras sociala mediars betydelse mer djupgående under detta avsnitt. Med hjälp av citat och sammanfattningar nedan analyseras därefter på vilket sätt Facebook och bloggar har påverkat hur tjejerna uttrycker sin identitet på Internet samt hur det i sin tur påverkar tjejernas identitetsskapande.

När jag träffade min pojkvän tog jag bort hälften av alla bilder på Facebook.
(Anna).

Ja, är det någonting dumt så vill man inte ha det ute på Internet. (Bea).

... nu är min blogg typ mitt allt. (Bettan).

Fokusgrupp A

I fokusgrupp A framkom att samtliga använder Facebook. De diskuterade att deras identitet i detta forum kan uttryckas genom bilder, vilka vänner de och andra har, vad de skriver i sina statusuppdateringar, vilka kommentarer som skrivs samt vilka intressen som lyfts fram. Alice menade att det är jobbigt med personer som uppdaterar sin status flera gånger om dagen och gruppen var enig om att personer som gör det söker uppmärksamhet. Det framkom att tjejerna anpassar det de uppvisar på Facebook efter dem som har tillgång till deras profil. Exempelvis beskrev Annelie att hon vill ha sitt privatliv för sig själv. De menade även att de anpassar sin profil genom att ta bort bilder som de anser är opassande eller ej representerar dem de är. Exempelvis menade Alba att om hon skulle bli vän med sin mamma skulle hon ta bort en hel del bilder: ”Inte för att det är extrema bilder, men man vill ju ändå visa sig från en bra sida”. Anna berättade bland annat att hon tog bort festbilder när hon träffade sin pojkvän då festandet inte är hennes identitet. Alice belyste detta och sade att:

... det kan ju vara om man har negativa saker om en själv, om det är 'fel bilder'.
Det vill man ju inte ha, sen vill man ju synas från sin bästa sida. (Alice).

Gruppen menade att det sätt man uttrycker sig själv på Facebook i sin tur kan påverka andras uppfattning om vilka de är. Däremot berättade Anna att hon inte anser att det som syns på Facebook representerar henne fullt ut. Hon menade att: ”För jag kan inte skriva allt jag gör, Facebook kan inte reflektera över allt jag gör, säger eller tycker”.

Ingen i fokusgrupp A bloggar. Gruppen sade dock att de i olika utsträckning har läst eller läser bloggar. Det är sådana som är skrivna av vänner, kändisar eller modebloggare etcetera. Från kompisars bloggar menade de att de kan få information om resmål och liknande. Annelie berättade att hon tror att det främst är yngre som skriver och läser bloggar. Alice förklarade detta som att de yngre kanske vill bli som någon av de stora bloggerskorna. Hon uppgav vidare att hon anser att modebloggare ser likadana ut och att de bara uppvisar foton på sig själva och sina kläder. Vidare menade Anna att det är mycket skryt på sådana bloggar och att:

... vi ska ha en viss bild av dem och att vi ska uppfatta dem på ett visst sätt... Och därför vill de ta upp det som är fint, bra och cool. Och att vi då ska avundas dem.
(Anna).

Enligt Anna och Alba är detta även någonting som de själva gör på Facebook och i sina statusuppdateringar. De menade att de vill framställa sig själva på ett bra sätt. Exempelvis nämnde Anna att hon skrev att hon hade tagit sitt körkort för att andra skulle få veta det.

Fokusgrupp B

Samtliga förutom två i fokusgruppen uppgav att de har Facebook. Gruppen menade likt fokusgrupp A att det till viss del går att uttrycka sin identitet på Internet. Bea som uppgav att hon har haft Facebook tidigare, sade att hennes profil representerade henne. Bodil menade dock att det inte går att visa allting av ens identitet. I enighet med fokusgrupp A ansåg gruppen att man anpassar det som uppvisas efter den som har tillgång till profilen, exempelvis genom val av bilder.

Ja men alltså det är ju inte så kul ifall man har varit... alltså typ skitfull... Alltså det är inte så lämpligt. (Bianca).

Bianca menade vidare att detta inte ger en rättvis bild av den hon är. Gruppen lyfte även fram statusuppdateringar. Bland annat Bea menade, likt fokusgrupp A, att de som uppdaterar sin status ofta gör det för att få uppmärksamhet.

Alla utom två i fokusgrupp B sade att de läser bloggar. Bettan och Belma uppgav dessutom att de skriver egna bloggar. De menade att de använder dessa för att skriva om sina tankar, åsikter och hur deras dag har sett ut etcetera. Bettan uppgav att hon skriver mer i bloggen än vad hon tror att hon skulle göra i en vanlig dagbok. Hon menade dock att hon i vissa fall får tänka på vad hon skriver och säger:

... Men jag menar det är min blogg och mina åsikter och tankar så det ska ju kunna stå vad jag själv vill. Men jag får ändå, liksom, sätta gränser för vad jag ska skriva och hur jag ska förklara det. (Bettan).

Gruppen var, likt fokusgrupp A, enig om att det är främst yngre ungdomar som påverkas av bloggar. Bea lyfte fram att yngre ser upp till bloggerskor och därför tar efter tips och liknande. Dessa tips kan ha att göra med hur de ska bete sig, klä sig och vilka märken man ska köpa, menade hon.

Fokusgrupp C

Samtliga i fokusgrupp C uppgav att de har Facebook och de beskrev att denna arena har blivit en del av deras vardag. Även denna grupp ansåg att det, med vissa förbehåll, går att uppvisa sin identitet på Internet. En persons Facebook-profil är enligt dem därför någonting som indikerar hur personen är. I likhet med övriga grupper nämnde de statusuppdateringar och val av bilder som ett sätt att visa vem man är. Bland annat beskrev Carro att en persons klädstil kan tyda på att personen är modeintresserad. Likt fokusgrupp A sade gruppen också att val av meningar och språkbruk kan skapa en uppfattning om en person.

Precis som övriga grupper berättade fokusgrupp C att de anpassar sin profilsida efter dem som har tillgång till den. De vill ej lämna ut för privat information eller berätta om det har hänt någonting hemskt. Camilla sade dock att det finns personer som gör det och att de då gör det för att få bekräftelse. De beskrev likt de andra att de ofta väljer att visa upp sina goda och positiva sidor före de negativa. Detta bland annat genom att anpassa vilka bilder de uppvisar och deras statusuppdateringar. Cecilia beskrev att:

Man vill väl att folk ska se en som en positiv person. Nae men... Att de ska se de bra sidorna. (Cecilia).

Samtliga i fokusgrupp C sade att de läser bloggar. Det är då både vänners och större bloggar. De påverkas av bloggar genom inspiration, menade gruppen. Exempelvis Camilla, som läser vänners och mindre bloggar, berättade att hon kan inspireras av vad människor skriver. Hon inspireras till allt möjligt som exempelvis tankar, politik, om samhället och kläder. Cecilia beskrev vidare att hon genom att läsa bloggar kan få information om olika partiers ståndpunkter som hon sedan antingen håller med om eller finner argument emot. De menade vidare att bloggar kan säga någonting om bloggarens identitet. Gruppen hävdade dock att man inte skall vara för personlig på sin blogg. Camilla menade samtidigt att det är mer okej på sin blogg än på Facebook. Detta eftersom att man kan ha ett behov av att skriva av sig på bloggen om exempelvis någon har dött. Varför sådana saker hamnar i en blogg istället för i en privat dagbok beror enligt Carro på att:

Alltså jag tror nästan att det kan vara att man vill ha lite bekräftelse på det man skriver. Att man liksom vill att folk ska veta. (Carro).

Gruppen var överens om att det snarare är högstadieelever som påverkas av bloggar. Exempelvis beskrev Cecilia att bloggerskor kan ha inverkan på yngre tjejers kroppsuppfattning. Eventuellt kan de påverka tjejer att genomgå plastikkirurgi, eftersom vissa av dem själva har gjort och skrivit om detta. Att de idag inte påverkas lika mycket beror enligt Camilla på att de har "varit med om en del". Cilla sade även att: "Man är tryggare i sig själv mer nu än när man var yngre..."

5.4.1 Analys

Sociala medier

Likt det Mod (2010) lyfter fram om att Facebook är den mest populära sociala communityn tycks det utifrån respondenterna som att detta forum är en väl använd arena. Enbart två av våra sju respondenterna har inte Facebook. Tjejerna berättade att de använder sig av detta forum nästintill dagligen och det kan därmed påstås att det har blivit en del av deras vardag. Vad gäller bloggar menar samtliga i studien att de i olika utsträckning, läser eller har läst bloggar. Tre av respondenterna skriver egna bloggar. Exempelvis Annelie sade att det antagligen mest är yngre som skriver och läser bloggar. Likt det Moinian (2006) och Chittenden (2010) belyser är bloggar en plats för dem att skriva om sina tankar, åsikter och vad de har varit med om. Att Bettan sade att hennes blogg har blivit hennes allt kan enligt tolkning av hennes resonemang bero på att det har blivit ett viktigt verktyg i hennes identitetsskapande (Chittenden, 2010; Moinian, 2006). Detta genom att hon där kan reflektera över vad hon tycker och tänker.

Självpresentation och offentlig identitet

Likt det Chittenden (2010) beskriver kan fokusgrupperna, med vissa restriktioner, uppvisa meningsfulla aspekter av sig själva i form av val av bilder, statusuppdateringar och vad man väljer att avslöja om sig själv. Något som tycks vara tydligt framkommande utifrån respondenterna är att de anpassar sin presentation av sig själva på Facebook beroende på vem som har tillgång till den. Genom detta kan de uppvisa en bra sida och dölja sådant som de anser är mindre lämpligt eller inte representerar dem själva. Den bild de uppvisar på Internet kan kopplas till Hernwalls (2001) tankar om den alternativa självpresentationen. Genom att välja att inte visa vissa bilder av hur de faktiskt ser ut, inte skriver för personliga saker etcetera skapas andra förutsättningar för hur de presenterar sin identitet på Internet än i det fysiska mötet (*ibid.*). Möjligtvis skulle detta innebära att tjejerna skapar en offentlig identitet

som andra kan se på Internet och skiljer sig från verkligheten och den egna självbilden som exempelvis Friséen och Hwang (2006) talar om.

Hur de presenterar sig på Internet kan dessutom förklaras genom Goffman (2009) och hans resonemang om den främre regionen. I detta fall utgör Facebook-profilen och bloggen den främre regionen. Genom att anpassa sin profil, genom val av bilder, statusuppdateringar och liknande väljer de också en fasad beroende på publiken (Goffman, 2009). Det faktum att de uppvisar vissa saker och andra inte, kan även härledas till Goffmans (2009) tankar kring roller. Det skulle kunna påstås att de till viss del antar en annan roll på Internet som inte fullt ut representerar vilka de är. Exempelvis beskrev Anna att hon har tagit bort festbilder då det inte är en del av hennes identitet. Festandet är således någonting hon har gjort och eventuellt gör men som inte representerar hennes identitet helt och hållet. Berger och Luckmann (2007) menar att det är i det fysiska mötet som vi kan uppleva varandras subjektiva känslor och tankar. Detta skulle kunna belysa det som Anna menade ovan, om att Facebook inte kan reflektera över allt hon säger, tycker och gör. Hon belyser även att hon vill framställa sin identitet utifrån en positiv synvinkel. På Internet kan tjejerna således testa olika roller och samtidigt utforska sin identitet vilket, likt Chittenden (2010), kan utgöra en del av identitetsskapandet.

Accepterat beteende och bekräftelse

Utifrån tankar kring sociala konstruktioner (Berger & Luckmann, 2007) kan det antas att Facebook och bloggar är sociala kontexter som innefattar uppfattningar och normer, liksom vår vardagsverklighet. Dessa definierar således vad som är socialt accepterat i dessa kontexter (Berger & Luckmann, 2007; Payne, 2002). Med anledning av detta kan det påstås att det finns oskrivna regler för vad man ska och inte ska uppvisa eller göra på Internet. Detta skulle exempelvis kunna förklara varför de väljer att inte utlämna sådant som är för privat eller väljer att inte uppvisa vissa sidor av sig själva.

Respondenterna talade om uppmärksamhet och bekräftelse. I fokusgrupp A och B talade de om att de som uppdaterar sin status ofta och mycket gör det för att få uppmärksamhet. Vidare talade fokusgrupp A om att framförallt bloggare skriver om sådant som är fint och häftigt och att de gör det för att andra ska känna avund. Detta är något som de själva gör genom sina statusuppdateringar på Facebook, menade Anna och Alba. Liknande belystes i fokusgrupp C där exempelvis Carro beskrev att de som skriver privata saker på bloggar gör det för att få

bekräftelse och för att andra ska få veta det. Det faktum att det finns de som söker denna bekräftelse kan kopplas till bland annat Göthlund (1997) och Berger och Luckmann (2007) som menar att bekräftelsen är viktig för en persons identitet. Genom att få bekräftelse kan personen känna sig mer säker på den som vederbörande tror att den är (Berger & Luckman, 2007). Möjligtvis fungerar således sociala medier på Internet som ett forum där en person, vid framförallt positiv respons, blir mer säker i sig själv.

Likt Berger och Luckmann (2007) kan det hävdas att de reaktioner och attityder som en person möts av från andra påverkar reflektionen av sig själv. Möjligtvis är det så att de som uppdaterar mycket och får respons av de som läser påverkas i sin självreflektion. Likt det Moinian (2006) presenterar från sin tidigare forskning ter det sig som att respondenterna och ungdomar rent generellt konstruerar och exponerar representationer av sig själva beroende på den sociala miljöns reaktioner samt förväntningar. Att andras förväntningar påverkar ens representation av sig själv kan även härledas till det faktum att tjejerna inte vill uppvisa negativa sidor. Möjligtvis är det så att de vill undgå negativ respons från andra eller bli avvisade vilket exempelvis Wrangsjö (2006) belyser.

Sociala mediers påverkan – finns den?

Att sociala medier har blivit en del av tonårstjejjers vardag har konstaterats. Huruvida dessa sociala medier har en inverkan på tjejernas identitetsskapande är däremot svårare att avgöra. Den bild tjejerna uppvisar på Internet kan skapa en uppfattning hos andra, vilket nämnts tidigare. Denna uppfattning kan i sin tur påverka hur andra bemöter tjejerna både på och utanför Internet, vilket påminner om Berger och Luckmanns (2007) resonemang. Lövheim (2004) menar att Internet dessutom har möjliggjort att människor kan nå sådant som inte finns i deras fysiska närhet. Exempelvis yttrar detta sig i att tjejerna tar efter restips och inspiration och så vidare.

Ett återkommande diskussionsämne i fokusgrupperna var ålderns betydelse för hur man påverkas och använder sig av sociala medier. Exempelvis trodde Annelie att det främst är yngre som läser och skriver bloggar. Fokusgrupperna menade att yngre ungdomar påverkas mer, detta eftersom tjejerna menade att de med åldern har blivit tryggare i sig själva. Detta kan, likt andra påverkansfaktorer härledas till Berger och Luckmanns (2007) resonemang kring att all mänsklig aktivitet tenderar att bli vanemässig. Vidare belyste Bea att yngre kan ta efter hur man ska bete sig, vilka kläder man ska ha eller vilka märken som är önskvärda. Detta

poängterar Chittenden (2010) som lyfter fram att märkeskläderna, i enlighet med Bourdieu (1993), skulle kunna leda till ett högre kulturellt kapital hos en individ och att detta i sin tur kan leda till att man får vara med i gruppen. Denna ytliga påverkan kan med andra ord ha inverkan på en persons självbild och självförtroende.

6. Avslutande diskussion

Vi har utifrån vårt resultat och vår analys, med hjälp av våra teoretiska perspektiv och begrepp besvarat vårt syfte och våra frågeställningar. Detta genom att undersöka hur tonårstjejer upplever sin identitet och hur identiteten konstrueras samt påverkas av yttre faktorer, med fokus på den mediala påverkan. Vi har fördjupat oss i massmedia och sociala medier och hur dessa påverkar dem i skapandet samt framställningen av sin identitet.

Tjejerna i våra fokusgrupper lyfte fram begreppet identitet som något som avspeglar vem man är som person. Vidare menade de att identiteten innefattar både inre aspekter så som personliga värderingar, tankar och känslor samt yttre aspekter som står för exempelvis utseende, kläder och stil. Samtliga grupper var eniga om att en individs yttre sidor representerar och ger uttryck för vem en person är, även om de betonade att detta inte säger allt. Denna fasad av yttre aspekter som uppvisas i framträdandet är något som vi som individer kan identifieras utifrån (Goffman, 2009). Detta då vi i det fysiska mötet tillskriver varandra olika typifieringar för att kunna kategorisera och skapa oss en uppfattning om varandra. Typifieringsscheman måste dock ändras desto mer vi lär känna en person (Berger & Luckmann, 2007). Exempelvis lyfte grupperna fram att de och andra kan ha förutfattade meningar om varandra, men att dessa kan förändras i takt med att man lär känna varandra.

Som framkommit i vår undersökning påverkar publikens förväntningar ens självuppfattning och självreflektion (Berger & Luckmann, 2007; Goffman, 2009). Detta då vi i mötet med vår omgivning, speglar oss själva i andra personers reaktioner och bemötande gentemot oss. I det sociala mötet söker vi således bekräftelse för oss som individer och för vår subjektiva verklighet (Berger & Luckmann, 2007). Vid diskussioner kring betydelsen av identiteten har det varit framträdande att omgivningen har stor inverkan i tjejernas identitetsskapande, det vill säga vilka de är idag och vilka de formas till att bli. Påverkan sker främst från familj och vänner även om den mediala påverkan också är påtaglig. Det är framförallt de signifikanta andra så som ens föräldrar och vänner som har påverkat och påverkar ens värderingar och

åsikter (Berger & Luckmann, 2007). Ofta har dessa grundats i uppfostran och modifieras därför inte lika lätt som vårt yttre. Den massmediala inverkan sker, enligt tjejerna i våra fokusgrupper, på ett mer indirekt och ytligare plan. Tidigare forskning belyser dock att massmedias framställning av tjejer exempelvis som objekt, kan skapa mönster i samhället vilket kan resultera i att ens egna värderingar och attityder kan förändras över tid (Jarlbro, 2006; Mastronardi, 2003). I undersökningen lyfte bland annat en av tjejerna fram att den stereotypa bilden av hur tjejer ska vara och se ut är något som ej ifrågasätts. Vidare betonade samtliga att denna stereotypa bild är felaktig och att framställningen av unga tjejer kan leda till sämre självförtroende.

Ett återkommande tema i tonårstjejernas diskussioner kring identitetsskapande har varit att de intar olika roller, beroende på vilken kontext de befinner sig i och vilka som finns i deras omgivning. Rollerna som de intar, bygger på andras rollförväntningar, gemensamma normer och deras egen syn på sig själva samt vilka de vill framställa sig som (Berger & Luckmann, 2007; Goffman, 2009). Detta gäller både i vardagslivet och på Internet. De anpassar sig därmed mer eller mindre efter den socialt konstruerade kontexten och antar olika roller för att känna sig socialt accepterade (Berger & Luckmann, 2007; Payne, 2002). Berger och Luckmann (2007) poängterar likt detta att identitetsskapandet sker i samband med den sociala kontexten och dess sociala processer och relationer.

Sociala medier likt Facebook och bloggar är forum som har intagit en del av många ungdomars vardag och påverkar dem i deras identitetsskapande (Chittenden, 2010; Lövheim, 2004; Mod, 2010; Moinian, 2006; Montgomery, 2002). I studien framkom att tjejerna i vissa sammanhang uppvisar sig själva utifrån en bättre sida, både i verkligheten och på Internet. Tjejerna i våra fokusgrupper menade bland annat att de och andra formar sin offentliga identitet och presentation av sig själva, beroende på vem som har tillgång till deras sida. På dessa arenor kan individer dölja negativa sidor av sig själva på ett medvetet sätt samtidigt som positiva sidor kan framhävas desto mer. Om alla enbart uppvisar en positiv bild av sig själv kan detta, utifrån ett socialkonstruktivistiskt perspektiv, skapa en verklighet och kunskap om vad som är socialt accepterat och inte (Berger & Luckmann; Payne, 2002). Dessa fasader kan följaktligen skapa en vedertagen bild av en verklighet som belyser att alla ska må bra och vara bra (Goffman, 2009). Detta är sedan någonting som vi förhåller oss till på ett eller annat sätt. Möjligtvis skapar detta en strävan av att alltid vara, eller åtminstone uppvisa sig själv som perfekt, trots att detta sällan är möjligt. Genom att enbart framställa sig i gott sken i den

främre regionen och dölja det negativa, kan detta ge konsekvenser i form av exempelvis sämre självförtroende och negativ självbild (Goffman, 2009).

Samtliga fokusgrupper belyste att ålder och mognad har betydelse i vilken utsträckning yttre faktorer påverkar identiteten. De menade att de idag är mer medvetna om vilka de är och har bättre självkänsla och självförtroende än för några år sedan. Tjejerna beskrev vidare att yngre påverkas mer av massmedia och den stereotypa framställningen kring hur unga tjejer ska vara och se ut. Liknande framkom från diskussionerna om sociala mediers påverkan. Tjejerna menade att de snarare påverkas genom inspiration och kan mer kritiskt förhålla sig till andras offentliga identiteter och vad andra uppvisar. Likt Frisé (2006) lyfte fram är yngre känsligare för omgivningens åsikter då de själva inte till fullo vet vad de tycker. Att tjejernas förhållningsätt har blivit mer kritiskt och att de ej är lika påverkbara kan kopplas till att de idag har börjat skapa och hitta sitt rätta jag som Göthlund (1997) lyfter fram. Likt Goffman (2009) menar kommer vi människor till världen, förvärvar en karaktär och blir slutligen personer. Författaren lyfter fram att detta sker då våra roller interageras med vår personlighet. Rollerna blir följaktligen ett sätt för oss människor att känna igen varandra och sig själva (*ibid.*). Handlar skapandet av sin identitet därför om att prova olika roller för att i slutändan finna sig själv eller är identitetsskapandet ett livslångt projekt?

Vårt samhälle är uppbyggt av föreställningar och normer. Det kan påstås att vi överallt i vårt mediasamhälle matas av mer eller mindre framträdande budskap kring hur vi ska bete oss och se ut. Vi kan helt enkelt inte undgå att påverkas, även om det sker indirekt och omedvetet. Då verkligheten är en konstruktion, av människor för människor, kan medias bild då ses som en spegling av samhällets konstruktion? För att dra detta till sin spets kan det hävdas att dessa sociala normer och förväntningar som ställs på individen kan uppfattas som krav och är något unga människor idag måste förhålla sig till. Exempelvis synen på hur en tjej ska vara och se ut. Varför fortsätter denna bild att förmedlas trots den rådande diskrepansen mellan verklighet och den massmediala framställningen, då idealen tycks vara nästintill omöjliga att uppnå?

Identitetsskapandet sker således i en fortgående process och i en omfattande kontext med många olika påverkansfaktorer och kan ses ur olika infallsvinklar. Som tonåring idag handlar det om att finna och skapa en unik identitet utifrån sig själv samt i samspel med omgivningen. Som ung tjej idag handlar konstruktionen av sin identitet om att skapa en identitet som anses

vara positiv i egna och andras ögon (Löfgren & Norell, 1994). Det handlar om att bekräftas för den man är, passa in och duga (Chittenden, 2010; Göthlund 1997).

6.1 Avslutande reflektioner

Under studiens gång har det varit framträdande att det redan finns många som har behandlat och forskat kring identitet och identitetsskapande. Vi hoppas samtidigt att vår undersökning kan ge en ytterligare nyanserad bild av ämnet. I uppsatsen har vi försökt att lyfta fram att identitetsskapandet som en aktiv process, att alla är unika individer samt att samhället och människors förutsättningar ständigt förändras. Med anledning av denna förändringsprocess fann vi det intressant att undersöka hur ungdomar idag ser på detta. Framförallt med anledning av massmedias utveckling och sociala mediers intåg i våra liv.

Identitetsskapandet är ett brett område vilket har varit tydligt under studiens gång. Med denna studie ämnade vi att undersöka denna process på ett övergripande plan utifrån olika infallsvinklar. Vi anser även att det vore spännande att mer djupgående undersöka ett specifikt område, exempelvis enbart sociala medier. Detta är dock någonting vi överlämnar till senare forskning inom området som är intresserad av att ta detta ett steg längre. Något annat som, enligt vår mening, kan vidareutvecklas och som har varit framträdande i studien, är det faktum att tjejerna anser att de påverkades mer av omgivningen när de var yngre. Det hade därför varit intressant att göra en jämförande studie, mellan tjejer i yngre och övre tonåren.

Något som var påfallande i vår studie var att tjejerna ofta svarade generellt på våra frågor, alltså utifrån *man*. Vi formulerade frågorna för att respondenterna skulle svara utifrån sig själva, vilket de gjorde till viss del även om de ofta valde att distansera sig genom att tala mer generellt om ämnet. Måhända handlar detta om en viss osäkerhet eller att det i en grupp kan vara svårt att hänvisa direkt till sig själv. Huruvida detta har påverkat vår studies utfall är dock svårt att avgöra. Frågan är hur många som egentligen kan, oavsett sammanhang, svara på hur de påverkas och formar sin identitet? Dessutom är det nog än svårare att besvara på vilket sätt vi människor påverkas. Detta går kanske enbart att spekulera kring, vilket tjejerna i våra fokusgrupper möjligtvis har gjort. Vi anser att denna undersökning har givit oss en ökad insikt i att identitetsskapandet sker i ett komplext system med många olika element som influerar. Det är ett system där vi mer eller mindre alltid påverkar och påverkas av vår omgivning, oavsett om vi vill det eller inte.

7. Källförteckning

Aspers, P. (2007) *Etnografiska metoder: att förstå och förklara samtiden*. 1. uppl. Malmö: Liber.

Bengs, C. (2000) *Looking good: a study of gendered body ideals among young people*. Umeå: Univ.

Berger, P. L. & Luckman, T. (2007) *Kunskapssociologi: hur individen uppfattar och formar sin sociala verklighet*. 2. uppl. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Bourdieu, P. (1993) *The field of cultural production*. Cambridge: Polity Press.

Chittenden, T. (2010) "Digital dressing up: modelling female teen identity in the discursive spaces of the fashion blogosphere" *Journal of Youth Studies*, vol 13, nr 4, sid 505-520.

Eliasson, M. (1988) *Menarches betydelse för utvecklingen av kvinnoidentitet. Kvinnors identitetsutveckling*. Stockholm: JÄMFO, rapport nr 13.

Erikson, E. H. & Erikson, J. M. (2004) *Den fullbordade livscykeln*. 3. utg. Stockholm: Natur och kultur.

Fogelqvist, A. & Zakai, H. (2001) "Du ska kunna ta för dig som en hel karl men se ut som en söt liten Lolita". BRIS *Barn & Ungdom*, nr 1, sid 7-8.

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

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

Gallagher, A. H. & Pecot-Hebert, L. (2007) "‘You Need a Makeover!’: The Social Construction of Female Body Image in ‘A Makeover Story’, W ‘hat Not to Wear’, and ‘Extreme Makeover’" *Popular Communication*, vol 5, nr 1, sid 57-79.

Giddens, A. (2007) *Sociologi*. 4. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Goffman, E. (2009) *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 5. uppl. Stockholm: Norstedts.

Göthlund, A. (1997) *Bilder av tonårsflickor: om estetik och identitetsarbete*. Diss. Linköping: Univ.

Hernwall, P. (2001) *Barns digitala rum: berättelser om e-post, chatt & Internet*. Diss. Stockholm: Univ.

Jacobsson, K. & Meeuwisse, A. (2008) "Fallstudieforskning". I Meeuwisse, Anna, Swärd, Hans, Eliasson-Lappalainen, Rosmari & Jacobsson, Katarina (red.): *Forskningsmetodik för socialvetare*. 1. utg. Stockholm: Natur & kultur.

Jarlbro, G. (2006) *Medier, genus och makt*. Lund: Studentlitteratur.

Johansson, T. (2006) "Att skapa sin identitet: Ungdom i ett posttraditionellt samhälle". I Ann Frisé & Philip Hwang (red.): *Ungdomar och identitet*. Stockholm: Natur och Kultur.

Lalander, P. & Johansson, T. (2002) *Ungdomsgrupper i teori och praktik*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Lidbo, U. (2010) "Glädjefnatt över en ny tampong" *Aftonbladet*, 2010-10-16, sid 26-27.

Lloyd, B. (2002) "A conceptual framework for examining adolescent identity, media influence, and social development" *Review of General Psychology*, vol 6, nr 1, sid 73-91.

Löfgren, A & Norell, M. (1994) "Inledning". I Anders Löfgren & Margareta Norell (red): *Att förstå ungdom. Identitet och mening i en föränderlig värld*. Stockholm/Stehag: Symposium.

Lövheim, M. (2004) *Intersecting identities: young people, religion, and interaction on the Internet*. Diss. Uppsala: Univ.

Mastronardi, M. (2003) "ADOLESCENCE AND MEDIA" *Journal of Language & Social Psychology*, vol 22, nr 1, sid 83-94.

May, T. (2009) *Samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Mead, G. H. (1976) *Medvetandet, jaget och samhället: från socialbehavioristisk ståndpunkt*. Uppsala: Argos.

Mod, G. B. B. A. (2010) "Reading Romance: The Impact Facebook Rituals Can Have On A Romantic Relationship" *Journal of Comparative Research in Anthropology & Sociology*, vol 1, nr 2, sid 61-77.

Moinian, F. (2001) *Egentligen är jag svensk, men . . . Tio ungdomar av Iranskt ursprung berättar om sin identitet*. Stockholm: Pedagogiska institutionen, Stockholm Universitet.

Moinian, F. (2006) "The Construction of Identity on the Internet: Oops! I've left my diary open to the whole world" *Childhood*, vol 13, nr 1, sid 49-68.

Montgomery, K. C. (2002) "Digital Kids: The New On-Line Children's Consumer Culture". I Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson (red.): *Children, young people and media globalisation*. Göteborg: Unesco International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Nordicom, Univ.

Payne, M. (2002) *Modern teoribildning i socialt arbete*. Stockholm: Natur och Kultur.

Roberts, D. F. (2000) "Media and youth: access, exposure, and privatization" *Journal of Adolescent Health*, vol 27, nr 2, sid 8-14.

Spitzer, B.L., Handerson, K.A. & Zivian, M.T. (1999) "Gender Differences in population Versus Media Body Sizes: A Comparison over Four Decades" *Sex Roles*, vol 40, nr 7-8, sid 545-565.

Stice, E., Sprangler, D. & Agras S. (2001) "Exposure to media-portrayed thin-ideal images adversely affects vulnerable girls: a longitudinal experiment" *Journal of Social & Clinical Psychology*, vol 20, nr 3, sid 270-288.

Thurén, T. (2007) *Vetenskapsteori för nybörjare*. Malmö: Liber.

Vetenskapsrådet (2002) "Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning" (elektronisk), *Vetenskapsrådets hemsida*
<<http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>> (2010-12-15).

Wibeck, V. (2000) *Fokusgrupper: om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur.

Wrangsjö, B. (2006) "Kliniska synpunkter på identitetsutvecklingen" i Ann Frisé & Philip Hwang (red.): *Ungdomar och identitet*. Stockholm: Natur och Kultur.

Bilaga 1 – Intervjuguide

Inledningsvis:

Information till fokusgrupperna:

Vilka vi är, studiens syfte

Tidsram – omkring 60 minuter

Inspelning

Frivillighet, anonymitet, aidentifiering, alla åsikter är lika viktiga och ska respekteras i gruppen. Svaren kommer enbart att användas i studiesyfte

Det finns inga rätt eller fel.

Grundläggande information

Namn och ålder

Identitetens betydelse, yttrande och uttryck

- Vad innebär begreppet identitet för dig/er?
- Vad gör dig/er, till den personen du/ni är? Vad gör er unika?
- Hur skulle du beskriva dig själv? Hur upplever du dig själv?
- Hur uttrycker ni vem ni är?
- Hur påverkas och formas ni av andra personers uppfattningar?
- Vilka har betydelse för vem man är/blir? (Ex. familj, vänner)?
- Finns det någon person/eller något som har större betydelse för dig? Någon speciell som inspirerar/formar dig, något ideal?

Medial påverkan

- Vilken betydelse har media för dig/er?
- Påverkas/formas ni av media? I sådana fall på vilket sätt?
- Finns det någon press/krav på hur vi/ni ska vara? I sådana fall på vilket sätt?
- Hur skulle ni beskriva medias bild av unga tjejer? Vad tänker ni om detta?
- Hur kan exempelvis tidningar/TV/Internet/Reklam påverka/forma er som personer?

Sociala medier

- Har ni Facebook?
- Hur uttrycker du/ni er själva på Facebook?
- Vad säger er profil/presentation om er och andra?
- Ens egen presentation, representerar den en själv? På vilket sätt gör den det/gör den inte det?
- Är det viktigt att uppdatera status, bilder?
- Vad säger det som publiceras om en person? Exempelvis status/bilder?
- Vad är det för slags bilder ni laddar upp?
- Vad säger antalet vänner om en person och er själva?
- Vad är accepterat och vad är inte accepterat på Internet? Normer. Accepterat/ej accepterat
- Använder ni några andra sociala medier?
- Har ni bloggar och/eller läser ni?
- Vad säger dessa om en persons identitet?
- Har dessa någon betydelse i er vardag?
- Finns det någon som utmärker sig, som ni läser/tar efter?
- Den bild ni/andra visar upp stämmer den överens med identiteten?

Bilaga 2 - Informationsmail

Hej!

Vi, Josefin Nilsson och Moa Paulsson, kontaktar dig nu via mail med anledning av vårt tidigare telefonsamtal idag. Under den sjätte terminen på socionomprogrammet vid Lunds Universitet skriver vi C-uppsats. I vårt fall har vi valt att studera tonårstjejjers identitetsskapande. Framförallt har vi valt att inrikta oss på medial och sociala mediers påverkan, såsom bloggar, Facebook etc. Som grund för vårt arbete avser vi att utföra gruppintervjuer/fokusgrupper där tanken är att tonårstjejjerna skall ges möjlighet att diskutera hur de upplever att identiteten skapas och påverkas av yttre faktorer. Tanken är att varje grupp ska innefatta omkring 6 tjejer . Vi undrar därför om det finns möjlighet att träffa elever från er skola?

Självklart är deltagandet frivilligt. Tjejjerna kommer att vara anonyma, deras namn, skola och vilken stad de kommer ifrån kommer att avidentifieras i vår uppsats. Vi avser att inte ställa känsliga eller kränkande frågor och de behöver givetvis inte svara på frågor som de inte vill. De involverade i vår undersökning kommer att upplysas om studiens syfte, vilka vi är och att deras svar enbart kommer att användas i studiens syfte.

Frågor likt dessa är ämnade att diskuteras:

- Vad innebär identitet?
- Hur uttrycker man vem man är?
- Hur påverkas känslan av identitet av andra? (exempelvis familj och vänner)
- Vilka föreställningar finns det kring hur tjejer ska vara?
- Har media någon påverkan? På vilket sätt?
- Hur påverkar sociala medier såsom bloggar och Facebook identitetsskapandet?
- Hur skulle ni beskriva medias bild av unga tjejer? Tidningar? Tv? Internet? Reklam?

Vi skulle vara väldigt tacksamma om vi får möjlighet att undersöka hur elever (tjejer) på er skola resonerar kring detta. Vi skulle uppskatta om ni kan ge besked till oss inom kort, då vi har en begränsad tid. Tack på förhand!

Med vänliga hälsningar Josefin Nilsson och Moa Paulsson