

Lunds universitet
Medie- och kommunikationsvetenskap vid Institutionen för
kommunikation och medier
MKV A21:4 – Uppsats (7,5 hp)
Vårterminen 2012
Handledare: Michael Rübsamen
Examinator: Emilia Ljungberg

Vi och nördarna – Individer i ett postmodernt samhälle och deras vilja att identifiera sig med karaktärer i serier

Av: Mats Ahlberg
Jennifer Nikolaysen

Sammanfattning

Författare: Mats Ahlberg & Jennifer Nikolaysen

Titel: Vi och nördarna – Individer i ett postmodernt samhälle och dess vilja att identifiera sig med karaktärer i serier

Ämne: Medie- och kommunikationsvetenskap, vid institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet.

Nyckelord: Identitetsskapande, image, den postmoderna identiteten, *The Big Bang Theory* (TV-serie), jaget och beundrarskap.

Den teknik som idag finns har medfört att värden, idéer och perspektiv sprids till människor över olika samhällsklasser och religioner världen över. Masskommunikationen har blivit vardaglig basis i våra liv vilket gjort att vi inte längre vet vad som är riktigt. TV:n som medium influerar oss med att skapa vår identitet utifrån bland annat karaktärer, olika stilar och miljöer. I TV-serien *The Big Bang Theory* får vi möta fem karaktärers sociala vardag, där man diskuterar alltifrån kärleksproblem till djupare forskningsområden. *The Big Bang Theory* har rönt många utmärkelser och är ett lysande exempel på där man lyckats förena nytta med nöje.

Utifrån TV-serien *The Big Bang Theory* som case, har vi utfört kvalitativa intervjuer med sex respondenter i åldrarna 20-25 år, alla studerande vid Lunds universitet. Syftet med denna uppsats är att utifrån en tanke om att vi lever i ett postmodernt samhälle, identifiera och problematisera identifieringsprocessen med karaktärer i serier och hur karaktärerna bidrar till imageskapande och identitetsskapande i unga år.

Resultatet av denna studie visar på att unga vuxna inte identifierar sig med karaktärerna i serier, men det som är värt att tillägga är att respondenterna tycker att andra, mer än dem själva blev influerade av serien. Dock har respondenterna varit positivt inställda till att skapa sin image och identitet utifrån TV-serier då de anser att det är en så pass stor del av ens uppväxt att bli matad med ideal och idéer om hur man ska vara och att det faktiskt påverkat dem, och att effekten av serien blivit att individerna velat bli smartare. Studien visar även att vara nörd är något som blir mer accepterat enligt respondenterna, då denna nya kultur växer sig allt starkare.

Innehåll

1.0. Bakgrund	4
1.1. The Big Bang Theory	5
1.2. Karaktärsbeskrivning The Big Bang Theory.....	5
1.3. Geeks & Nerds	6
1.4. Syfte	6
1.5. Frågeställningar	7
1.6. Tidigare forskning	7
1.7. Avgränsningar	8
2.0. Metod	8
2.1. Analysmetod.....	10
2.2. Avhandlingens kvalitet och allmängiltighet.....	10
2.3. Metodkritik.....	11
2.4. Övrigt	11
3.0. Teori	12
3.1. Den postmoderna identiteten.....	12
3.2. Konstruktion av jaget	12
3.3. Beundrarskap.....	14
3.4. Identiteten genom kändisar.....	15
3.5. Tredjepersonseffekten	16
4.0. Resultat och Analys.....	16
4.1. Hur relaterar unga vuxna till karaktärer i serier?.....	16
4.2. Hur använder man sig av karaktärerna i serien The Big Bang Theory för att skapa en image?18	
4.3. Hur diskuterar respondenterna framväxten av en nördkultur?	20
5.0. Slutdiskussion.....	22
5.1. Hur relaterar unga vuxna till karaktärer i serier?.....	22
5.2. Hur använder man sig av karaktärerna i serien The Big Bang Theory för att skapa en image?22	
5.3. Hur diskuterar respondenterna framväxten av en nördkultur?	23
6.0. Framtida forskning	24
Källförteckning.....	25
Litteratur	25
Elektroniska källor	26
Intervjuguide	27

1.0. Bakgrund

Dagens teknik har medfört att medier, exempelvis TV, sprider värden, idéer och perspektiv till människor över olika samhällsklasser och över olika religioner runt hela världen. Den masskommunikation som utvecklats når in i vår närmaste sociala krets genom sitt användande av bilder, slogans, produktförpackningar, men även TV-programmen i sig. Då den närmar sig vårt vardagliga liv och blir basis i vår dagliga kommunikation, skapar den stereotyper genom att man bortser från den komplexitet som finns runtomkring oss. Genom att skapa lättsamma program, bilder och liknande blir det bilden av den ”riktiga” världen för publiken (Lull, 2000:24–28).

Postmodern teori bygger på att man är skeptisk mot metanarrativ vilket handlar om att man har ett övergripande perspektiv som omedvetet styr individers sätt att uppfatta och tänka. Inom den postmoderna teorin argumenterar man för att detta synsätt har förlorat sin legitimitet eftersom det är svårt för människor att tolka metanarrativen och införa dem i sina liv. Genom att den moderna masskommunikationen har möjliggjort att information sprids snabbt över hela världen gör det även att själva tiden och rummet blir alltmer ostabilt och förvirrat i det postmoderna samhället. Vi vet inte längre vad som är riktigt (Strinati, 2004:208–209). Själva TV:n som medium utifrån ett postmodernt tänkande kan ge oss en klarare bild över hur information och bilder sprids dygnet runt från olika platser på jorden och influerar oss med att skapa vår identitet utifrån bland annat karaktärerna, miljön och stilen (Strinati, 2004:213ff).

Något som skapar otaliga diskussioner är medias sätt att skapa kända identiteter. Kända ansikten i media kan ses som ett bevis på att identitet inte är något man ärver eller får genom att gå med i en grupp utan istället något som kan vara skiftande och ändras, ett exempel på detta är Michael Jackson som under sin karriär skiftade mellan olika identiteter. Medias identitetsbildande är inte bestående och betyder att alla kan vara med och bygga upp sin egna unika identitet och stå upp mot den globalisering som skett i samhället trots att globaliseringen har raderat ut många av gränserna mellan länder, stil, etnicitet och religion (Kellner, 1995:258).

1.1. The Big Bang Theory

I serien *The Big Bang Theory* av Chuck Lorre och Bill Prady, vars första avsnitt sändes 2007 får man möta två smarta killar som bor tillsammans i en lägenhet och jobbar inom fysik på universitetet i Pasadena, California. Den ena killen Leonard arbetar med experimentell fysik och den andra, Sheldon, arbetar med teoretisk fysik. Leonard och Sheldon har två mycket nära vänner, Howard och Raj, vilka alla fyra bildar en smart men nördig kvartett. Nördig i denna bemärkelse kännetecknas av att de läser serietidningar, tittar på science fiction-serier och filmer, samlar på actionfigurer från serievärlden, spelar dataspel och samtalar om saker som i dagens samhälle skulle klassas som barnsligt och nördigt. En dag flyttar Penny in i lägenheten mitt emot Sheldons och Leonards. Penny uppfattas av de övriga som en snygg tjej och Leonard tar snabbt tillfället i akt och introducerar sig själv. Detta leder till att Penny kommer med i gänget och visar sig vara en helt vanlig tjej från Nebraska, har en dröm om att bli skådespelerska men jobbar för tillfället på en restaurang. Med Pennys närvaro och inflytande i den annars mycket smarta och slutna gruppen lättas nördigheten upp en aning och blir mer "vanlig", möjligtvis beror detta på att Penny själv inte har någon universitetsutbildning och därför inte kan vara med i dialogen kring akademiska frågor. I serien får man uppleva de fem karaktärernas sociala vardag, alltifrån kärleksproblem till smarta utläggningar om historia, samhällsproblematik och vetenskap blandat med mycket komik. *The Big Bang Theory* är ett lysande exempel på när Chuck Lorre har lyckats förena kunskap och humor, där av seriens popularitet då publiken kan förena nytta med nöje.

1.2. Karaktärsbeskrivning The Big Bang Theory

För att skapa större förståelse för läsaren om vilka karaktärer serien handlar om kommer därför en karaktärsbeskrivning i korta drag:

Sheldon - Teoretisk fysiker som är för smart för att inneha förmågan att hantera de lättaste sociala sammanhangen. Neurotisk och rör sig likt en robot.

Leonard - experimentell fysiker och en virrig personlighet, har ett kärleksdrama med Penny.

Howard - Bor fortfarande ihop med sin skrämmande mamma och försöker alltid charma tjejer på ett lite för tydligt sätt.

Raj - Indier som inte kan prata med tjejer såvida han inte har eller tror sig ha druckit alkohol. Lever ett "bromance" förhållande med Howard.

Penny - Söt, vanlig tjej som vägrar ta emot massa elakheter.

1.3. Geeks & Nerds

Det har växt fram en ny kultur de senaste åren då man insett att teknikens utveckling möjliggjort det för många andra kulturer att kunna utvecklas. TV, datorer och nya sociala medier har gjort det möjligt för oss att kommunicera och interagera på helt nya sätt som inte tidigare var möjligt. Den nya kulturen kallas ”nördkulturen”, och bygger på att det vuxit fram en ny kultur där teknikens uppfinnare hyllas i både filmer och tidningar (Kelly, 1998: Vol 279). Exempelvis kan man se ett samband mellan karaktärerna i *The Big Bang Theory*'s intressen och nyutkomna filmer som behandlar samma “nördiga” teman, sådana filmer är exempelvis Iron man-filmerna, Thor och The Avengers.

Men vad är egentligen skillnaden mellan geeks och nerds? Genom sökningar i Oxford Reference Online på de båda begreppen har vi bildat oss en uppfattning om dem vars skillnader vi senare kommer analysera. Geek är en person med bred fördjupad kunskap inom modern datateknik men kan också referera till en person med specialistkunskaper för en viss mjukvara eller mjukvaror. Termen används oftast inte som något negativt och nedvärderande om personen i fråga (<http://www.oxfordreference.com/> (1)). Vad som skiljer en geek från en nörd beskrivs vara att geeken är begåvad (<http://www.oxfordreference.com/> (2)). Begreppet nörd däremot myntades på 1950-talet och blev känt i början på 1980-talet. Nördar kännetecknas av att vara en dum eller föraktlig person som saknar social kompetens eller är ett tråkigt sällskap (<http://www.oxfordreference.com/> (3)). Vidare beskrivs nördar som personer med passionerade och uppståndelseväckande intresse för datorer, nätverk och dess användning. Ofta dominerar dessa intressen nördens liv så till vida att deras sociala kompetens blir lidande. Nördbegreppet har används i negativ bemärkelse men efter att det har blivit vanligare att nördar bildat framgångsrika internetföretag har nördar klassats mindre destruktivt (<http://www.oxfordreference.com/>(4)). Vi kommer att utgå från en kombination av båda begreppen då karaktärerna i serien innehar båda egenskaperna.

1.4. Syfte

Genom den interaktion som skapas mellan människor och medier, är det ur en vetenskaplig synvinkel intressant att studera hur den personliga imagen formas av den mediala strömning som vi människor dagligen översköjs med. Vi vill med denna uppsats komma underfund med huruvida individer formar sin image genom att ta del av mediekanalerna som ständigt strömmas av ideal och idéer om hur man ska vara men även undersöka om det intellektuella

är något som värdesätts. Vidare ställer vi oss frågor om hur publiken förhåller sig till serier, då med utgångspunkt från serien *The Big Bang Theory* som ett case för att underlätta undersökningen. Genom att analysera begreppen geeks och nerds, kommer vi knyta an detta till imageskapandet, identitetsskapandet och serien *The Big Bang Theory* för att se om publiken relaterar till serien.

1.5. Frågeställningar

Generell frågeställning:

- Hur relaterar unga vuxna till karaktärer i serier?

Konkreta frågeställningar:

- Hur använder man sig av karaktärerna i serien *The Big Bang Theory* för att skapa en image?
- Hur diskuterar respondenterna framväxten av en nördkultur?

1.6. Tidigare forskning

Den tidigare forskning vi har funnit som behandlar identitetsskapande och TV, har haft ett större fokus på TV i allmänhet istället för hur just en TV-serie bidrar till identitetsskapande. Även ett större fokus på kön och genus har funnits i de uppsatser och avhandlingar vi har kunnat hitta. Josefin Johansson och Veronica Lilja vid Malmö högskola har skrivit en uppsats på examens nivå inom socionomprogrammet som vi anser likna vår mest, där man i detta arbete belyser hur TV-tittande skapar ideal och har ett stort inflytande på könsidentiteten. Resultatet av uppsatsen "Det är ju mycket hur man ska vara för att passa in som tonåring, och då spelar ju normerna i media roll för hur man tycker om sig själv" – en studie om TV:s påverkan för ungdomars identitetsskapande var att publiken formades utifrån de ideal som medierna förmedlade och att det var framförallt den yngre publiken som blev starkt influerad av det som visades på TV (<http://dspace.mah.se>). Även Ien Ang's "*Watching Dallas*" är en studie som behandlar om hur publiken uppfattar och argumenterar för sina känslor och åsikter inför serien Dallas, och som i likhet med vår uppsats, lyfter fram publikens åsikter och synpunkter kring en serie (Ang, 1985). Dock så utför Ien Ang detta på en betydligt större skala medan vi fokuserar på intervjuer för att kunna få en djupare förståelse för området.

Då vi i vår uppsats valt att helt bortse från kön och genus samt att vi enbart har diskuterat en TV-serie och inte TV i allmänhet anser vi att vi har funnit en ny infallsvinkel inom

forskningsområdet. Även det att vi har medie- och kommunikationsvetenskaplig infallsvinkel gör att vårt arbete inte faller inom samma ram som tidigare arbeten. Vårt arbete är intressant ur den synpunkten att vi enbart analyserar en TV-serie som har blivit alltmer populär och vi undersöker även den målgrupp som följer serien *The Big Bang Theory* genom att använda intervjuer för att kunna gräva djupare i deras beteende och identitetsskapande.

1.7. Avgränsningar

Denna uppsats syfte är att identifiera och problematisera individers identifieringsprocess med karaktärer i serier. För att underlätta och smalna detta forskningsområde har vi valt att fokusera på TV-serien *The Big Bang Theory*. Genom denna avgränsning kan vi genom intervjuer med respondenter upptäcka eventuella processer och särskilda drag vad gällande image och identitetsskapande hos den utvalda gruppen av publiken. På ett generellt plan kommer vi undersöka huruvida unga vuxna identifierar sig med karaktärer i serier, och på ett konkret plan hur just unga vuxna uppfattar karaktärerna i serien *The Big Bang Theory* och om det bidrar till en image/identitetsskapande hos individen. Vi kommer även i denna studie rikta oss till studerande på Lunds universitet, vilket är en avgränsning som vi valt att göra för att kunna uppnå en högre validitet då vi smalnade av forskningsområdet.

2.0. Metod

Den metod som har använts är personliga intervjuer istället för den kvantitativa forskningsmetoden. Då tidsbrist och geografisk placering försvårade arbetet att utföra en omfattande surveyundersökning valde vi istället den kvalitativa metoden. Även frågeställningen bygger på egna reflektioner hos respondenterna vilket även det gjort att vi har valt att använda oss av personliga intervjuer. Genom att använda oss av typurval, vilket är en metod som bygger på att man ska finna mönster i det fenomen man söker hitta lösning på, hittade vi våra rätta respondenter (Ekström et al. 2000:57). Våra respondenter är sex personer som är för oss kända sedan tidigare, och alla studerar vid Lunds universitet. Respondenterna studerar olika ämnen vid universitetet men har alla ett intresse för kunskap och serien. Respondenterna är mellan 20-25 år vilka vi valt att kalla för unga vuxna. Att respondenterna hade ett intresse för serien och kunskap är grundläggande för denna forskning och har hjälpt oss att få så många utvecklade svar som möjligt, men även för att kunna få personliga reflektioner över fenomenet beundrarskap och identitetsbildande med utgångspunkt från *The Big Bang Theory*.

Användandet av intervjuer är lämpligt när man ska studera människors personliga uppfattningar utan att deras åsikter påverkas av andra. Intervjuer i samband med insamling av olika typer av data för att skapa en större förståelse för problemformuleringen innehåller ofta en typ av fallstudie som grund för forskningen, i vårt fall TV-showen *The Big Bang Theory* (Ekström, Larsson, 2000:50). Enligt Østbye, Knapskog, Helland och Larsen (2004:102) ger kvalitativa metoder upphov till kritisk granskning och diskussion vilket ligger till grunden för forskning inom exempelvis medie- och kommunikationsvetenskap. Kvalitativa intervjuer tillät oss att pröva våra egna hypoteser och möjliga svar, men också att kunna skapa större förståelse för ämnet. Tillsammans med empirin prövade vi det mot befintliga teorier vilket Patrik Aspers (2011:108) talar om, att det som framkommer från en intervju kan förstås från två olika sidor, dels att intervjuaren får förståelse från respondenten men intervjuaren kan också skapa förståelse för processen från de observationer som skett. Den kvalitativa metoden ger även upphov till diskussion vilket ligger till grunden för forskning inom exempelvis medie- och kommunikationsvetenskap (Østbye et al. 2004:101f).

Temat för intervjuerna utgick från nyckelord som vi arbetat fram; *Identitetsskapande, image, den postmoderna identiteten, The Big Bang Theory (TV-serie), jaget och beundrarskap*. (Se bilaga). Dessa nyckelord har hjälpt oss att beröra ämnen som relaterar till utvalda teorier som valts ut utifrån frågeställningarna. Genom att utifrån tematiseringen använda oss av strukturerade intervjuer möjliggjorde det för oss att på förhand utveckla frågor som ramar in ämnet och som möjliggjort att vi kunnat besvara frågeställningen. Som Østbye, Knapskog, Helland och Larsen (2004:102) nämner att användandet av strukturerade intervjuer genom väl utarbetade frågor hjälper intervjuaren att ställa frågor till respondenten och hålla en relativt öppen dialog med viss inramning i diskussionen för att på så sätt kunna hålla sig till det aktuella ämnet.

I och med att vi gjort ett flertal kvalitativa intervjuer, gällde det för oss att ta ställning kring etiska frågor. Vi följde därför de fyra grundkraven som finns; informationskravet, det konfidentiella kravet, samtyckeskravet och nyttjandekravet. Informationskravet innebar att vi var skyldiga att informera de personer som deltog i forskningen om vilken roll de har i projektet. Det konfidentiella kravet innebar att vi såg till att deltagarnas personliga integritet skyddades och att det inte går att identifiera deltagarna. Samtyckeskravet innebar att respondenterna hade rätt att avgöra om de ville delta eller inte. Det sista grundkravet,

nyttjandekravet, innebar att denna avhandling inte får användas till något kommersiellt syfte, men då vi gör denna avhandling i lärosyfte kommer det sista grundkravet inte störa vår avhandling (Østbye et al. 2004:126f).

2.1. Analysmetod

När det gäller att analysera de kvalitativa data, finns det tre viktiga aspekter att ta hänsyn till. För det första är det viktigt att förankra den data man har med övergripande frågeställningar och teorier. För det andra så måste insamlingen, men även behandlingen av data ske systematiskt. För det tredje så måste man ta reda på vilken relevans olika typer av data, exempelvis olika uttalanden, har för de frågeställningar som finns (Østbye et al. 2004:125). För att förhålla oss till dessa viktiga aspekter har det varit viktigt att vi bearbetat teorierna och det empiriska materialet noga för att kunna överväga och avgöra om vad som är relevant för denna avhandling och utifrån vår frågeställning kunna få en så kvalitativ och god undersökning som möjligt. Som Østbye, Knapskog, Helland och Larsen (2004:125) nämner kan det vara svårt att bedöma vilka uttalanden som ska presenteras men för analysens validitet, är det viktigt att det som presenteras visar sammanhanget för vad som ligger bakom det uttalandet.

2.2. Avhandlingens kvalitet och allmängiltighet

Då tiden för denna avhandling har varit cirka 5 veckor kan vi inte påstå att denna korta avhandling är allmängiltig, men då vi har begränsat oss till Lunds universitet har kvaliteten ökat då vi har haft ett fokusområde och att vi har en smal konkret frågeställning som underlättar om det är ett mindre fokusområde. Dock har vi enbart haft sex stycken djupintervjuer vilket inte är nog för att det ska kallas allmängiltigt men att vi, oavsett få respondenter, fått en indikation om hur serien *The Big Bang Theory* kan uppfattas och hur man kan relatera serien utifrån ett postmodernt samhälle. Även hur man kan relatera serien till identitetsbildandet i unga år har undersökts och gett ännu en indikation på hur detta forskningsområde ser ut. Dock krävs det mer resurser och än mer material för att räkna detta som en allmängiltig avhandling på ett större plan.

2.3. Metodkritik

Vid kvalitativa metoder bearbetar man ofta en stor mängd data som under kort tid ska insamlas och analyseras tillsammans med empirin. Vi har varit noggranna med att reflektera över valet av metod för att få ett så bra resultat som möjligt, innan vi bestämde oss för att göra en kvalitativ studie. Det som vi ansåg var bra med att använda oss av en kvalitativ metod var att vi fick ta del av personliga åsikter och reflektioner som kan ge diskussionen ett större djup. Hade vi dock valt att framhäva andra reflektioner och tankar som inte var inom ramarna för vår frågeställning hade vi helt klart fått en annan vinkel på arbetet, men genom noga övervägningar och diskussioner ansåg vi att det vi har lyft fram i analysen är det som är värt att bearbeta och analysera och lyfta fram.

2.4. Övrigt

För att göra analysen mer levande och berättande har vi valt att benämna respondenterna med fiktiva namn för att inte avslöja respondenternas egentliga identitet. I texten kommer de få namnen, Adam, Bertil, Cesar, David, Erik & Fredrik. Respondenterna studerar olika ämnen vid Lunds universitet, bland annat; internationella utvecklingsstudier, teologi och medie- och kommunikationsvetenskap.

När det gäller val av teorier vill vi förtydliga att denna uppsats vill belysa identitets- och imageprocessen mellan respondenten och karaktärerna i *The Big Bang Theory*. Att vi har med teorier gällande parasociala förhållanden till kändisar, beundrarskap och identiteten genom kändisar är att vi ser karaktärerna i serien *The Big Bang Theory* som ”kända” personer, och vi talar då inte om personerna bakom karaktärerna utan rollen de spelar. Därav kan vi utläsa hur respondenterna skapar förhållanden till karaktärerna i sig och hur de skapar en beundran gentemot karaktärerna i serien *The Big Bang Theory*. Vi har varit väldigt noggranna med att överväga vilka teorier som har varit passande för utvecklandet av denna uppsats och de utvalda teorierna kan väl appliceras på enbart karaktärer i exempelvis *The Big Bang Theory* och inte enbart på den riktiga ”kända” personen bakom karaktärerna. Detta beror på att vi anser att karaktärerna i serien är kändisar för dess fans. När det gäller teorin om tredjepersonseffekten märkte vi när vi utförde intervjuerna att respondenterna i stor utsträckning relaterade till andra än till sig själva, vilket medförde att vi tog med denna teori för att kunna analysera detta fenomen på närmare håll.

3.0. Teori

3.1. Den postmoderna identiteten

Den postmoderna identiteten är konstituerad på det sättet att det enbart handlar om en image. Den är ostabil eftersom den låter individer byta inriktning i livet utan någon som helst konsekvens. Inom det postmoderna samhället hänvisar man till sig själv via det utanför sig själv och riktar all uppmärksamhet mot den identitet individen har valt, och att denna identitet är något som är konstruerat och kan fritt omstruktureras (Kellner, 1995:242ff).

3.2. Konstruktion av jaget

Thompson (2001) utgår ifrån en jagbildningsprocess vilken dels innehåller individens egna resurser men också det medierade symboliska materialet denne får tillgång till via icke-lokal kunskap. Den icke-lokala kunskapen påverkar inte jagbildningen då den mottages på specifika platser och är beroende av individens egna intressen och övriga resurser som har med mottagandet att göra. På grund av mediernas ökade utbud förändras jagbildningsprocessen, den berikas och skapar en form av intimitet som skiljer sig från face-to-face interaktionen och är inte längre ömsesidig. Thompson kallar detta för "medierad kvasiinteraktion" vilken kännetecknas av att den sträcker sig över tid och rum, är befriad från ömsesidiga skyldigheter och har ett förhållande likt det som uppstår mellan ett fan och en kändis. I och med den medierade kvasiinteraktionen kan det som inte annars hade varit möjligt eller som troligen är orealistiskt för individen att erfara trots allt upplevas, exempel på detta kan vara svält, död etc.

Thompson ser jaget som ett symboliskt projekt som aktivt konstrueras av individen till skillnad från andra forskare som anser att jaget är en produkt av yttre symboliska system eller en greppbar fixerad enhet. Individer är alla egna inofficiella biografiförfattare där berättelsen om jaget är i en konstant förändring och återberättas i takt med de nya erfarenheter individen upplever. (Thompson, 2001:257–261)

Samhällsteoretikern Anthony Giddens (2002) beskriver i "Modernitet och självidentitet" fenomenet livsstil som en samordning av praktiker vilka hjälper till att skapa individens berättelse om sig själv. Giddens menar att en livsstil inte är något som går i arv efter generationer utan något som konstrueras av individen själv utifrån de möjligheter denne har och som uttrycks i vad man väljer att ha på sig för kläder, vad man väljer att äta, hur man handlar och hur man socialiserar sig. Dock är livsstil inte något konstant utan livsstilen

förändras utefter individens olika vardagliga beslut och formar i sig ramen om individens identitet, hur denne handlar och vill vara. Livsstilen begränsas även utefter individens möjligheter och vad som är möjligt eller inte beror på vilken livsstil individen valt att leva, där valet ofta är influerat av grupstryck, förebilder samt socioekonomiska förhållanden (Giddens, 2002:101–103). På grund av medias globalisering kan vi uppleva och erfara saker som ligger långt ifrån oss i både rum och tid. Vi får på så sätt ta del av andra människors livsstilar vilket inte enbart behöver vara positivt, utan kan leda till ett missnöje över den livsstil individen själv lever och som denne eventuellt inte har möjlighet att påverka och förändra (Giddens, 2002:105–108). Till skillnad från förr då lokal kunskap överfördes från generation till generation är våra förståelsehorisonter idag betydligt mer vidgade på grund av de inflytande kommunikationsmediernas utveckling har haft på oss. I jagbildningen kan individen utnyttja dessa nya former av icke-lokal kunskap och medierat symboliskt material vilket skapar nya förutsättningar men också ställer helt nya krav. Thompson menar att kvasiinteraktionen dels har positiva sidor men beskriver även fyra negativa konsekvenser som kan ställa till det för individen varav en han benämner, “det medierade intrånget av ideologiska budskap”. Thompson menar att ideologi är ett föränderligt begrepp vilket handlar om hur och på vilket sätt symboliska budskap bistår med att etablera eller vidmakthålla maktrelationer, t.ex. vad som är manligt och kvinnligt.

“Jag har presenterat en dynamisk, pragmatisk föreställning om ideologi som riktar uppmärksamheten mot hur symboliska former under särskilda omständigheter tjänar syftet att upprätta och bevara dominansrelationer. Enligt denna föreställning är specifika symboliska former inte ideologiska i sig: de är bara ideologiska i den mån de under särskilda omständigheter bidrar till att upprätta och bevara systematiskt asymmetriska maktrelationer”

I samband med medias utveckling har förutsättningar för ideologiska budskap skapats och underlättats vilka, beroende på dess mottagare, kan införlivas av individer på de mest otänkbara sätt och eventuellt bli en del i dennes jagbildning och spela roll i huruvida individen uppfattar och agerar i världen, ter sig till sig själv och andra samt sätter gränser.

“För att förstå mediebudskapens ideologiska karaktär måste man se hur dessa budskap inlemmas i mottagarnas liv, hur de blir en del av deras jagbildningsprojekt och hur de används av dem i praktiska vardagssammanhang”

Författaren hävdar dock att vissa ideologiska budskap också kan stärkas och stabiliseras snarare än att förstöras (Thompson, 2001:262–265).

3.3. Beundrarskap

Definitionen av ett fan handlar om hur en individ omorganiserar sitt liv utefter personen de är ett fan av vilken styr och blir en rutinmässig aspekt utav individens vardag. Det finns ingen tydlig skillnad mellan ett fan och en icke-entusiast utan vad som styr beror på vilken grad fanskapet befinner sig på. Thompson beskriver även att för vissa individer innebär fanskapet en av många andra aspekter utav dennes liv och att dessa individer inte har problem med att förstå de symboliska gränserna mellan fanvärlden och individens egen livsstil utan ser nöjet i att efter behag förflytta sig mellan de båda. Dock kan effekterna av fanskapet fortfarande reflexivt påverka jagbildningsprocessen, eftersom att reflexivitet handlar om att referera till sig själv via något utanför sig själv, exempelvis en karaktär i en serie.

Individer kan numer skapa relationer med andra som saknar ömsesidiga skyldigheter och relationerna som byggs upp kan utifrån individen styras och organiseras på så sätt att de passar in i individens övriga livsstil. Individen får frihet att bestämma över vilken karaktär den medierade relationen skall ha vilket skiljer sig markant ifrån face-to-face relationer. Kändisar kan komma att bli nära bekanta till individen men fortfarande är denna relation icke-ömsesidig vilket kan komma att leda till att det blir en stor och viktig aspekt i individens liv och därför riskerar att bli ett påtagligt problem. Thompson beskriver en kvinna som varje gång när hon älskar med sin man låtsas att det är hennes största idol, Barry Manilow, och när de har älskat klart och hon inser att det inte var honom hon älskade med gråter hon för sig själv. Kvinnan i detta exempel beskriver hennes fanskap likt en religion där Gud är Barry Manilow och att tack vare andra fans som hon kommit i kontakt med i och med den medierade kvasiinteraktionen ger de henne en känsla av gemenskap. Thompson menar att trots att detta scenario är ovanligt är det ändå ett exempel som tydliggör vad den icke-ömsesidiga intimiteten kan ha för konsekvenser på individer och att relationen som byggs upp också kan få sårbara följder (Thompson 2001:271–277).

Enligt Lawrence Grossberg är det smaken som avgör vad som är populärt och hur populär en populärkulturell text är. Ser man populärkultur som något uppskattat av de lägre och minst kritiska samhällsskikten kan man skilja på två olika typer av fans där den ena kännetecknas av den passiva publiken som inte kritiserar och är ej kapabel till att förstå att de som underhåller dem faktiskt också bedrar dem och den andra är de som alltid är och kommer vara ungdomar och fortfarande njuter av att vara oansvariga fans. Grossberg hävdar dock att publiken är mer

aktiv än så och att de funderar betydligt mer över det symboliska material de iakttar och menar att relationen mellan en populärkulturell text och dess publik är aktiv och produktiv. Han menar att ingen text innehar förmågan att vara kodad med ett speciellt budskap eller mening utan vad texten betyder är upp till individen i publiken, vilken tolkar texten och på så vis ger den mening utifrån den särskilda kontext denne befinner sig i. Vidare menar Grossberg att synen på att publiken skulle låta sig bedragas inte heller stämmer överens med verkligheten då han anser att människor ofta själva har hum om hur och var de befinner sig i samhället och är fullt medvetna om på vilket sätt kulturella budskap möjligen kan komma att manipulera dem men påpekar även att trots att publiken är aktiv behöver den inte inneha kontroll (Lewis, 1992:50–54).

Parasociala förhållanden kan ses som ett substitut till ett riktigt förhållande och det kan ses som fel att beskriva ett förhållande med en kändis som riktigt då man stött på denne i en film och skapat ett band till karaktären. Då kändisars liv blir mer och mer observerade och involverade i vårt dagliga liv är det mer och mer vanligt att människor skapar dessa ensidiga förhållanden med en celebritet, ensidigt är det eftersom kändisen inte har någon relation till den som är publik. David Giles, professor i psykologi, nämner att detta förhållande kan bero på hur den sociala strukturen i vårt samhälle har förändrats och att relationen mellan familjen och samhället har minskat, då allt fler lever ensamma, särskilt unga, skapas dessa förhållanden till kändisar (Turner, 2004:93).

3.4. Identiteten genom kändisar

Kändiskulturen har blivit alltmer intressant i det postmoderna samhället och dess inflytande på våra vardagliga liv har ökat än mer. Media idag spelar en stor roll och har i allt högre grad inverkan på samhället. Media spelar en stor roll i den process där samhällen och nationer konstruerar deras identiteter. Även om man använder kändisar som förebilder och vill identifiera sig med dem gäller det att göra skillnad på att identifiera sig och att vilja vara som kändisarna. När individen använder sig utav en kändis, sker det med en lekfullhet och det handlar lika mycket om att det är lockande som att det är på riktigt. Identitetsbildandet handlar i mångt och mycket mer än om att bara efterlikna kändisarna (Turner, 2004:102).

3.5. Tredjepersonseffekten

Tredjepersonseffekten innebär att individer uppskattar ett större inflytande av det masskommunikativa budskapet på andra än på sig själva. Det finns vissa faktorer som är betydande för hur stark denna tredjepersonseffekt blir. Exempel på det är sändarens trovärdighet, men även förhållandet mellan sändare och mottagare är av betydelse för styrkan hos tredjepersonseffekten (Berglie, *Jakten på lycka – en teoriutvecklande studie av tredjepersonseffekten*, 2004:28). Tredjepersonseffekten kan även förstärkas under särskilda förhållanden som kan förknippas med de egenskaper sändaren sitter på, själva medieinnehållet och även mottagaren. Vem som står som avsändare till medieinnehållet har en avgörande roll om hur styrkan på själva fenomenet. Har man låg trovärdighet så antar man att det berör andra mer än en själv och när ett medieinnehåll har hög trovärdighet så är fenomenet obefintligt. Ett exempel på det kan vara en grupp studenter som får ta del av en artikel. Ena halvan av gruppen får veta att den är från en annan skola, medan andra halvan tror sig veta att den är från ens egen skola. De som vet att den är från en annan skola skapar en högre styrka av tredjepersonseffekten då man har låg trovärdighet för artikeln (Berglie, 2004:14). Själva medieinnehållet har en stor betydelse även det om hur stark effekten blir. Om människor anser att det är något som är socialt oacceptabelt så visar det ansatser till att bli en starkare effekt, men om det istället upplevs som ett positivt budskap så tenderar tredjepersonseffekten att minska avsevärt (Berglie, 2004:15).

4.0. Resultat och Analys

4.1. Hur relaterar unga vuxna till karaktärer i serier?

Den något mildare definitionen av ett fan, där det som entusiasmeras endast är en av många andra aspekter utav individens liv och där individen inte har några problem med att särskilja de symboliska gränserna mellan fanvärlden och individens egen livsstil är den som mest stämmer överens med graden av beundran hos respondenterna. Som Turner nämner i *Understanding celebrity* (2004) har kändiskulturen blivit allt mer intressant på senare år och har dessutom fått ett större inflytande på vårt vardagliga liv. Kändisarna blir mer och mer förebilder och gör dig påmind i individens vardag och det gäller att göra skillnad på att identifiera sig och vilja vara som en kändis. Adam säger:

”Jag brukar skämta om att jag gör bra musik för att bli känd. Även fast det är ett skämt tror jag ändå att det finns något skamligt i mig som gör att jag vill vara känd. Jag tror att kändislivet är något bra att ha”.

Douglas Kellner menar att det han kallar den postmoderna identiteten skapas och konstitueras på det sättet att den enbart handlar om image och att identitet är något som fritt kan omstruktureras. Kellner menar vidare att det inte enbart är i media detta identitetsproblem finns, utan syns mer och mer åt att människor återgår till ett kollektivt identitetsbildande vilket kan relateras till "nördkulturen". Att identitetsbildandet inte är bestående kan man se utifrån den kulturella globalisering som skett där både gränser mellan länder, stil, etnicitet och religion raderas. Bertil säger:

"Människor dömer andra på 10 sekunder sägs det och därför är det viktigt att alltid ge ett bra första intryck"

Anthony Giddens menar att på grund av medias globalisering kan vi uppleva saker och ta del av andras livsstilar vilket dock inte enbart behöver vara något positivt utan kan leda till missnöje över individens egen livsstil då denne eventuellt inte har möjlighet att förändra den och leva som karaktären i fråga. Som Erik säger:

"Vet man inte vem man själv är kan man lätt få för sig att det man ser är på riktigt. Exempelvis Gossip Girl¹, en ung tjej tittar och vill vara som Blair, lite smålak men får killar, och då är det så man ska vara. Men har man bra självförtroende och vet vem man själv är tror jag inte man bryr sig och det är inte så viktigt"

Diskrepansen mellan respondenternas syn på kändisskap kan kopplas samman med vad Lawrence Grossberg säger om smaken för vad som är populärt eller inte och hur man ser på fans. Grossberg menar att fans kan vara passiva och inte kritiskt granska det som visas men det finns även fans som är aktiva och gör så. Han menar vidare att publiken förvisso vet vart de befinner sig i samhället och är fullt medvetna om hur den kulturella cirkusen fungerar och hur den gör intryck på mottagaren. Respondenterna verkar vara överens om att mediers influerande är något som vanligare förekommer hos yngre, och att yngre ofta står för den passiva publiken medan de själva kritiskt granskar det som visuellt porträtteras och anser sig själva höra till den aktiva publiken. Som Fredrik nämner:

"Yngre relaterar mer, men det går bort ju äldre man blir"

¹ *Gossip Girl* handlar om en grupp ungdomar som bor i vackra lägenheter vid Upper East Side i New York. Intriger om pengar och makt utspelas mellan olika familjer och personer.

Dock nämner några av respondenterna att även om de hör till den aktiva publiken kan de ändå relatera till saker som karaktärer i serier genomgår, det betyder dock inte att de relaterar till karaktärerna så tillvida att de låter dem styra deras liv.

4.2. Hur använder man sig av karaktärerna i serien *The Big Bang Theory* för att skapa en image?

Serien *The Big Bang Theory* har inte varit sena med att anamma den nya trenden där det är accepterat att vara ”nördig” och smart. Detta möjliggör för alltfler att skapa identiteter kring smarthet, och utifrån ett postmodernistiskt synsätt kan vi se att det handlar om att återge ett gott leverne. Relationen som byggs upp mellan individen och karaktärerna i serien och som saknar ömsesidiga skyldigheter är märkbar då respondenterna ganska utförligt kunde beskriva karaktärernas identitetsdrag samt exemplifiera scener, men att relationen inte var ömsesidig verkade vara något naturligt för dem. Detta kanske beror på graden av respondenternas beundran gentemot serien och att de hävdade att kändisar inte på något sätt styr deras liv.

Utifrån serien nämner flera av respondenterna att de är medvetna om att det de ser på TV inte är verklighet, men att de fakta som presenteras i serien är verklig vilket får merparten av respondenterna att vilja studera mer och bli lika smarta som karaktärerna i serien. Dock säger alla tillfrågade att de är varse om kändisarnas roll i samhället och förstår deras makt men att de själva inte berörs i sådan stor utsträckning utav den massmediala översköljning vi får var dag. Att respondenterna inte själva ser sig särskilt influerade utav det som visas på TV, något som var genomgående från alla intervjuer vi höll, kan man koppla till Berglies teori om tredjepersonseffekten. Berglie menar att människor uppskattar att massmedierade budskap har större inflytande på andra än individen själv och graden av denna effekt sägs bero på styrkan av trovärdighet hos sändaren. Låg trovärdighet ger upphov till tredjepersonseffekten medan om sändaren däremot är trovärdig existerar inte ens fenomenet. Förhållandet mellan sändare och mottagare spelar även in och avgör styrkan hos effekten och det gäller även innehållet i det som visas. Anser publiken att budskapen är socialt oacceptabla förhöjs effekten medan om budskapen upplevs positiva minskar den. Serien som vi har använt som case för vår studie, *The Big Bang Theory*, upplevs av respondenterna som humoristisk, smart men inte så verklighetstrogen. Den positiva attityden respondenterna innehar till serien skapar alltså inte tredjepersonseffekten men däremot upplevelsen om att det som visas för dem inte skulle utspela sig i verkliga livet, har förmodligen skapat den aktuella effekten, vilket lett till att

respondenterna anser att de medierade budskapen har större effekt på andra än på de tillfrågade själva.

Vi kan även se likheter med det Anthony Giddens talar om när han förklarar fenomenet livsstil. Giddens nämner att livsstilen är en process som förändras och som ofta är influerat av förebilder. Genom att utvecklingen för olika medier har gått oerhört snabbt framåt har det medfört risk för att individen kritiskt granskar sin egen identitet och relaterar detta till hur medierna sätter trender. Däribland karaktärer från olika serier. Även om respondenterna är distanserade i förhållandet till karaktärerna i *The Big Bang Theory* nämner alla att det är bra att man uppmärksammat det intellektuella på ett helt nytt sätt.

Turner beskriver relationer till kändisar eller karaktärer i detta fall, som en typ av parasociala förhållanden vilket handlar om att man skapar ett band till en karaktär som man stött på i en film eller liknande. Då kändisars liv blir mer observerade och involverade i det dagliga livet hos många av oss, är det vanligt att människor skapar denna typ av förhållanden. Genom att den sociala strukturen i samhället har förändrats till att allt fler unga lever ensamma gör det än mer möjligt att fler skapar denna typ av förhållande. Dock är det ingenting som någon av respondenterna nämner ha införlivats genom att ha följt serien *The Big Bang Theory*. Adam säger:

”Nej, det gör jag inte eftersom jag tycker att de är ganska överkliga. Upplever inte att en person som Leonard hade fått en tjej som Penny i verkliga livet, det är en Hollywoodfabrikation. De känns mer som karikatyrer än karaktärer. Mer en serie jag tittar på för att få ett gott skratt”.

Turner nämner vidare att när individen använder sig av en kändis som förebild sker det ofta med en sorts lekfullhet där det handlar lika mycket om att det är lockande som det är på riktigt att man vill vara känd. Turner menar även att identitetsbildandet innebär mer än att bara försöka efterlika karaktärerna eller kändisarna och att man därför ska se det som en del av den kulturella konsumtionen som översköljer oss idag. Karaktärsdrag som ifrån serien har tagits efter av respondenterna hade ett skämtsamt syfte och om de användes var det ofta av internt slag använt bland andra entusiaster. Cesar säger:

”Visst önskar man att man var lite av varje karaktär, hade man tagit lite av vad som kännetecknar varje karaktär, Sheldons smarthet, Leonards sociala kompetens, Howards humor och ironi, Rajs exotiska utseende och lätthet att få tjejer, Penny som inte bryr sig, är rolig, festgalen och älskvärd, och satt ihop de till en människa hade det varit den perfekta personligheten”

Som en negativ konsekvens av den medierade kvasiinteraktionen nämner Thompson ideologier som handlar om hur symboliska budskap hjälper till att skapa och vidmakthålla maktrelationer vilka till följd av medias utveckling har skapats förutsättning och underlättats. Beroende på dess mottagare kan dessa införlivas på de mest otänkbara sätt och eventuellt bli en del av dennes jagbildning och ge sig uttryck i hur individer t.ex. agerar och uppfattar världen. De ideologiska budskapen kan också ha en stabiliserande effekt. Några respondenter hävdar att det som diskuteras i serien *The Big Bang Theory* grundar sig på fakta och alltså är vetenskapligt bevisat, om så är fallet är inte denna uppsats syfte att bedöma men spekulationer kring hur det kommer sig att de tillfrågade helt förlitar sig på regissörernas val att porträttera dessa samt hur väl seriens publik ifrågasätter och i efterhand kritiskt granskar det som sägs har uppstått. Är det inte så finns det ju möjlighet att ideologiska budskap inflikats så att säga mellan raderna och att seriens konsumenter rent av köper detta vilket skulle komma att leda till en skev världsuppfattning för individen. Detta då man tror sig se det som är verklighet fastän det inte är så. *The Big Bang Theory* stärker och bevarar dock ideologin om att kunskap är makt. Respondenterna anser att serien *The Big Bang Theory* har gett dem något att relatera till i sin jagbildning och dessutom har fått ”nörden” mer accepterad.

4.3. Hur diskuterar respondenterna framväxten av en nördkultur?

Att det växt fram en ny kultur som låter människor visa sina kunskaper på ett sätt som förr betraktades som konstigt är att det nu är som Kevin Kelly nämner, en ”nördkultur” som har växt fram och hyllar teknikens uppfinnare i både filmer och tidningar. I det postmoderna samhället är tid och rum mycket ostabilt och förvirrat, otaliga mängder information och möjliga sätt att leva sprids dygnet runt världen över. Således tror vi att möjligheterna ökat för utsatta grupper att hitta likasinnade och genom det blir starkare i sin identitet och våga stå upp för sig själva, exempelvis nördar. I det postmoderna samhället har det alltså skett ett skifte i vad som är accepterat och inte. Detta visar på att det är som Bertil nämner:

”Man har visat att nördar har roligt, deras intressen är roliga och coola, de har visat att man kan leka med t.ex. fysik och kemi och alltså visa att man kan leka på ett smart sätt”

Flertalet av respondenterna menar att de själva relaterar till serien och att serien visat att det är tillåtet att vara nörd. Eftersom strukturen i samhället har förändrats har det inneburit en större acceptans gentemot annorlunda människor och ett fokus som har ändrat riktning handlar än mer om att vara sig själv och för att komma någonstans bör man visa sin intellektuella sida.

Thompson beskriver jagbildningsprocessen där individens egna resurser, men även det medierade symboliska materialet genom mediernas ökade utbud, förändrar jagbildningsprocessen och skapar en form av intimitet med exempelvis en karaktär. Detta eftersom det som Thompson kallar för ”medierad kvasiinteraktion” sträcker sig över både tid och rum vilket kan göra att uppfattningen om nördar utifrån serien *The Big Bang Theory* har blivit mer accepterade. Erik säger:

”Serien är lite hajpad just nu, den är rolig och smart och bra serie vilket leder till att många tittar på den och jag tror att eftersom det bara är nördar i serien så är dem de nya normala.”

Bertil däremot tror sig ha en annan uppfattning om varför just nördar har blivit mer accepterade i dagens samhälle och vad det beror på:

Nördar har grundat framtida uppfinningar och klassas idag istället som innovatörer eller entreprenörer.”

Douglas Kellner menar att det är identiteten som skapar och formar oss människor och att det utifrån ett postmodernt samhälle kan ses som att den är konstituerad på ett sätt så att den till väldigt stor del handlar om image. Detta kan ha att göra med att man utifrån det postmoderna samhället ser mer att det handlar om nöje vilket då kan ses som att identiteten är väldigt ostabil och kan byta inriktning när som helst utan konsekvens, och som är fri att omstrukturera. Att image är viktig speglar även respondenternas uttalanden, däribland Adam som säger:

”Sjukt viktig! Har alltid på något sätt levt för att ha en bra bild utav mig själv som jag själv gillat, alltså ett starkt självförtroende. Har alltid haft det sen jag flyttade till USA och inte kunde språket och blev på så vis utanför, då skapade jag en väldigt stark identitet och ett starkt självförtroende. Bilden utav att jag själv är en väldigt nördig person, som är anpassningsbar, utåt, gillar att prata, självständig och självsäker är väldigt viktig för mig”

Detta kan även relateras till det Thompson pratar om när han säger att identiteten är formad utifrån individens egna erfarenheter och att den är något som aktivt konstrueras och ej är bestående. Men det finns en diskrepans mellan respondenterna och som Erik säger på frågan om det är viktigt med image:

”Nej inte längre, tyckte det förut för då fick man för sig att det fanns något som verkligen var image och då skapade man det och det var viktigt. Men nu är man mer sig själv och då spelar det inte så stor roll”

Som tidigare nämnt är respondenterna medvetna om att karaktärerna i serien är en produkt av sin industri, det vill säga ett av samhällets konstruktioner av och för medier, och att de spelar

på den mediala konsumtionen som har ett övergripande tag i vårt vardagliga liv. Som Adam säger kring TV-serien *The Big Bang Theory*:

”Skillnaden mellan att vara nörd och att tycka om nördiga saker, det finns en sådan där grej i Hollywood, snygga tjejer i talkshows försöker alltid göra en nördig bild av sig själva, “I love Star Wars”, men att tycka om Star Wars och vara nörd är inte samma sak. Att vara nörd handlar om att snöa in sig på saker och införliva det i sitt liv”

Merparten av respondenterna har i en enhetlig röst märkt ut det som denna uppsats handlar om. Det har blivit en större acceptans gentemot nördar och att serien *The Big Bang Theory* har visat på att man kan förena nytta med nöje. I en värld där idéer och perspektiv sprids till människor över olika samhällsklasser och religioner världen över har TV:n som medium influerat oss att skapa vår identitet utifrån bland annat olika stilar, miljöer och karaktärer. Detta då masskommunikationen har blivit vardaglig basis i våra liv.

5.0. Slutdiskussion

5.1. Hur relaterar unga vuxna till karaktärer i serier?

De tillfrågade respondenterna tillhör den något mildare definitionen av ett fan, där det som entusiasmeras endast är en aspekt bland många andra i individens liv. De anser att kändislivet verkar intressant och det händer att de kan relatera till saker karaktärer i serier går igenom men det betyder inte att de införlivar kändisar i sina liv och låter dem styra stora delar av det, som exempelvis i fallet med kvinnan som varje gång hon älskade med sin man fantiserade om att hennes man var Barry Manilow. Respondenterna tycker att image är viktigt men vad vi kan se i denna uppsats är imagen inte relaterad till kända karaktärer i serier, eller specifikt TV-serien *The Big Bang Theory*. Detta kan bero på att våra respondenter hör till en aktiv publik som kritiskt granskar det som visuellt porträtteras för dem men även på grund av att de vet vilka de själva är och därför inte tar till sig medierade budskap. Vad vi också kan se är att just karaktärer i serier inte framstod som så viktiga för respondenterna som vi trodde, utan att det är serien i stort som de istället diskuterar.

5.2. Hur använder man sig av karaktärerna i serien *The Big Bang Theory* för att skapa en image?

Vad vi har kunnat komma fram till i analysen är att respondenterna har skapat en relation till karaktärerna i serien, men för dem är relationen inte ömsesidig. Vi kan även se att respondenterna förlitar sig på den fakta som presenteras i serien, de finner det faktabaserade

innehållet intressant vilket har fått de att bli mer studiemotiverade för att kunna bli lika smarta som de flesta av karaktärerna i serien. Att vara smart tycks klassas som en oerhört viktig och åtråvärd egenskap enligt våra respondenter och som en effekt av serien har det blivit en del av individernas livsstil. Storyn bakom, alltså själva händelseförloppet i *The Big Bang Theory* har dock inte gjort sig till känna och inverkat på de tillfrågades image beroende på att respondenterna är överens om att det de ser på TV inte är verklighet. Om karaktärsdrag de sett i serien anammas är det endast i ett skämtsamt syfte och om de används är det oftast av internt slag använt bland andra entusiaster. Således har i alla fall inte de individer vi intervjuat skapat ett parasocialt förhållande till någon av karaktärerna i serien. Dock kan vi se att en kombination av delar av karaktärernas personlighet upplevs som den ultimata personligheten.

Respondenterna påstår dock att karaktärsdrag från serien har införlivats av andra vilket kan förklaras med hjälp av teorin om tredjepersonseffekten där seriens trovärdighet, som i det aktuella fallet är låg, tenderar till att människor tror andra berörs av de mediala budskapen i högre utsträckning än individen själv. Däremot är den fakta som presenteras i serien enligt respondenterna högst trovärdig och vetenskapligt bevisad och frågan är om ideologiska budskap har inflikats så att säga mellan raderna, och att seriens publik rent av köper detta och förlitar sig på regissörernas val att porträttera dessa. Om de fakta som presenteras är sann eller ej är inte denna uppsats syfte att bedöma men eftersom respondenterna inte kritiskt granskar det som sägs, kan det hända att de tar till sig fakta som faktiskt inte är sann och införlivar det i sina liv vilket kan komma att leda till en skev världsuppfattning för individen. Serien bevarar dock ideologin om att kunskap är makt vilket kan sägas vara det enda som bidragit till respondenternas image.

5.3. Hur diskuterar respondenterna framväxten av en nördkultur?

Globaliseringen och den samhälleliga utvecklingen är möjligtvis en bidragande orsak till att det idag anses mer naturligt och accepterat att ha olika identiteter i olika situationer och att det är helt okej att ändra och byta identitet. Idag kan man kallas sig själv "nörd" utan att någon höjer på ögonbrynen och alla de tillfrågade ansåg att *The Big Bang Theory* hjälpt till att skapa en större acceptans för nördighet eftersom de lyft fram intellektet som ett viktigt karaktärsdrag en nörd innehar. Snarare verkar nörd som personlighet vara en eftertraktad personlighetstyp som personer hävdar att de är fast de egentligen inte är det. Enligt vår studie är det alltså okej att vara nörd, då alla tillfrågade respondenter medger detta, men om den ökade acceptansen

beror på serien *The Big Bang Theory* kan vi däremot inte säga. Vi kan inte heller säga att detta är något som är generaliserbart, men att vi kan utgå ifrån att merparten av TV-seriens följare må ha samma åsikter som de tillfrågade i denna studie. Det har även framkommit att framväxten av nördkulturen kan bero på att man har visat att nördars intressen faktiskt är roliga, även här kan vi inte bedöma om detta beror på serien i sig men att serien är en av kanske många andra aspekter som hjälpt till att föra fram nördarna i rampljuset.

6.0. Framtida forskning

Vårt förslag på framtida forskning är exempelvis att undersöka andra serier, om de har effekt på individens imageskapande och hur publiken relaterar till serien i fråga. I och med det postmoderna samhälle vi idag lever i finns mängder av TV-serier av olika slag och *The Big Bang Theory* är endast en av dessa som belyser ett exempel på ett gäng nördars vardag. I andra serier är det snarare yta och utseende som värdesätts och intressant vore att göra en liknande studie för att se om dessa personlighetsdrag möjligtvis bidrar till individens imageskapande.

Ett annat förslag är att utveckla vår studie och göra den mer omfattande. Då denna studie enbart är baserad på sex kvalitativa intervjuer med studenter vid Lunds universitet och är skriven under en mycket begränsad tid har vi tyvärr inte haft möjlighet att gräva så mycket djupare i ämnet och kan därför inte påstå att vårt resultat är särskilt allmängiltigt. Hade studien gjorts på en större och kanske mer varierande målgrupp hade möjligtvis resultatet kommit att se annorlunda ut, detta bland annat beroende på att studenterna vi intervjuat förmodas redan från början ha en positiv inställning till kunskap. Även att identifiera om könsrollerna är något som påverkat tankarna om att det är okej att se sig som nörd eller om det är helt oberoende av detta är ett intressant forskningsområde att titta vidare på.

Källförteckning

Litteratur

- Ang, Ien (1985). *Watching Dallas: soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen
- Ekström, Larsson (red.) (2000). *Metoder i kommunikationsvetenskap* Lund: Studentlitteratur.
- Giddens, Anthony (1999) *Modernitet och självidentitet: självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos
- Kellner, Douglas (1995) *Media culture: cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. London: Routledge
- Lewis, Lisa A. (red.) (1992) *The adoring audience: fan culture and popular media*. London: Routledge
- Lull, James (2000) *Media, communication, culture: a global approach*. 2. ed., fully rev. and updated Oxford: Polity
- Strinati, Dominic (2004) *An introduction to theories of popular culture*. 2. ed. London: Routledge
- Thompson, John B. (2001) *Medierna och moderniteten*. Göteborg: Daidalos
- Turner, Graeme (2004) *Understanding celebrity*. London: SAGE
- Østbye, Helge (2004) *Metodbok för medievvetenskap*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi

Elektroniska källor

- <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?entry=t12.e1373&srn=1&ssid=1090217152#FIRSTHIT> (Hämtad 2012-05-09) (1) Sökord: Geek
- <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?entry=t11.e6366&srn=2&ssid=1090217152#FIRSTHIT> (Hämtad 2012-05-09) (2) Sökord: Geek
- <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?entry=t214.e4869&srn=1&ssid=1063473091#FIRSTHIT> (Hämtad 2012-05-09) (3) Sökord: Nerd
- <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?entry=t12.e2241&srn=2&ssid=1063473091#FIRSTHIT> (Hämtad 2012-05-09) (4) Sökord: Nerd
- *Science*, Vol 279, Issue 5353, 992-993 , 13 February 1998 by Kevin Kelly
<http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/cibercultura/The%20Third%20Culture.pdf>
(Hämtad 2012-05-06)
- *Jakten på lycka – en teoriutvecklande studie av tredjepersonseffekten* – Eva Berglie, arbetsrapport nr.22, Göteborgs universitet, 2004
http://www.jmg.gu.se/digitalAssets/1284/1284224_nr22.pdf (Hämtad 2012-08-02)
- *”Det är ju mycket hur man ska vara för att passa in som tonåring, och då spelar ju normerna i media roll för hur man tycker om sig själv”* – en studie om TV:s påverkan för ungdomars identitetsskapande, Josefin Johansson, Veronica Lilja, Malmö högskola 2009
<http://dspace.mah.se:8080/bitstream/handle/2043/8276/ungdomarsidentitetsskapande.pdf?sequence=1> (Hämtad 2012-09-03)

Intervjuguide

- **Informera om anonymitet**
- **Fråga om det är okej att intervjun spelas in**
- **Bakgrundsfakta (ålder, sysselsättning, bostadsort)**

Tema 1 - Beundrarskap

Vad är en kändis för dig?

Hur ser du på kändisskap?

Hur berörs du av kändisskapet, är det något du strävar efter?

Tema 2 - The Big Bang Theory (TBBT)

I TBBT klassas karaktärerna som ganska nördiga, hur ser du på det?

Är det okej att vara nörd?

Är det okej att tycka om nördiga saker?

Har nördar blivit mer accepterade i samhället efter att TBBT kommit?

Tema 3 – Jaget

Hur uppfattar du dig själv?

Hur skulle du vilja beskriva dig själv?

Anser du att din image är viktig?

Tema 4 - Identitetsskapande

Hur tror du man influeras av karaktärer i serier?

Har du tagit efter något karaktärsdrag som du har sett i TBBT?

Anser du att sättet du lever har förändrats efter att du har tittat på TBBT?

Anser du att den du är har förändrats eller påverkats utav att du tittat på TBBT?