



**LUNDS**  
UNIVERSITET

Institutionen för kommunikation och medier

## Bland horor och troll?

E-girls och den moderna subkulturens levnadsvillkor

Malin Brugge Arelund & Sofie Gustafsson

Medie- och kommunikationsvetenskap  
Kandidatkurs Hötterminen 2021

Handledare: Fredrik Schoug  
Examinator: Fredrika Thelandersson

## **Sammanfattning**

*Bland horor och troll? E-girls och den moderna subkulturens levnadsvillkor* av Malin Brugge Arelund och Sofie Gustafsson är ett arbete författat inom ämnet Medie- och kommunikationsvetenskap vid Institutionen för kommunikation och medier vid Lunds universitet.

Termen subkultur har länge varit starkt förknippad med motstånd, normbrytande stilar och gemenskap. Men hur påverkas premisserna för subkulturens varande när största delen av vår sociala värld förflyttas till diverse plattformar på internet? I denna studie har vi, med fenomenet e-girls som fall, undersökt eventuella skillnader och likheter mellan moderna och äldre subkulturer i förhållande till vad de byggs upp kring och hur de fortlever.

En e-girl är en ung kvinna som på sociala medier, främst via videoappen TikTok, följer en särpräglad stil främst definierad av kraftig eyeliner, "onaturligt" färgat hår och klädkombinationer influerade av bland annat skejt, anime, goth och BDSM. Subkulturen har sitt ursprung i gamingkulturen men har utvecklats till att främst handla om att följa en viss estetik och figurera på TikTok där videor om e-girlsens utseende, intressen eller följandet av olika trender som florerar på appen skapas och läggs ut. Från ett material på hundratals bilder och videor har vi genom ett målstyrt urval på sexton bilder kunnat presentera e-girls varande, olika stilvariationer och vad det är som tillåter subkulturen att fortsätta frodas.

Resultatet av studien påvisade att det kan tyckas finnas fog för att se subkulturen e-girls som ett uttryck för motstånd och normbrytande, komponenter som anses vara centrala delar av en subkultur. Dock indikerade resultaten också den viktiga aspekten att i relationen till äldre subkulturer – vilka etablerades innan internets uppkomst – tenderar "nya" och "moderna" subkulturer som har sin grogrund på sociala medier att handla mer om en visuell skildring av en livsstil, snarare än att faktiskt leva efter vissa premisser eller förhålla sig till en viss aktivitet även offline.

*Nyckelord: E-girls, subkulturer, medialisering, estetik, uppmärksamhet, självsexualisering*

## Innehållsförteckning

<b>1. Vad har hänt med subkulturerna?</b>	<b>3</b>
<b>2. Subkulturernas uppgång... och fall?</b>	<b>5</b>
2.1 Meningen med stil, CCCS och 90-talets forskningskontrovers	5
2.2 Framväxten av internet	7
<b>3. Teoretiskt ramverk</b>	<b>9</b>
3.1 Kommodifiering och uppmärksamhet	9
3.2 Kvinnlig sexualitet och erotiskt kapital	10
<b>4. Tillvägagångssätt</b>	<b>11</b>
4.1 Fallstudie	11
4.2 Urval	12
4.3 Kvalitativ innehållsanalys	13
<b>5. Bland horor och troll?</b>	<b>14</b>
5.1 Att identifiera en e-girl	14
5.2 Estetik som säljbar vara	18
5.3 E-girls och relationen till uppmärksamhet	19
5.4 Från hel och ren till farliga fotografier	23
5.5 Att växla erotiskt kapital till uppmärksamhetsgenererande valuta	28
<b>6. Kan vi prata om subkulturer längre?</b>	<b>34</b>
<b>7. Referenser</b>	<b>38</b>
7.1 Litteratur	38
7.2 Digitala referenser	39

## 1. Vad har hänt med subkulturerna?

”TikTok har blivit en generator för de nya och unga subkulturerna” (Strage 2020). Så lyder rubriken på en krönika i Dagens Nyheter, författad av journalisten Fredrik Strage. Vid en första anblick rynkar vi pannan och höjer på ögonbrynen – vad menas? Vilka är dessa nya subkulturer? Och är en subkultur verkligen en subkultur om dess existens är avhängig ett socialt medium? Vi läser vidare. E-girls, VSCO-girls och soft-girls, alla tillhör de grupperingen ”nya och unga subkulturer” som uppkommit och etablerats med hjälp av TikToks framfart. Så faller den berömda polletten ner.

Definitionen av begreppet subkultur benämndes i den initiala forskningen i termer av motstånd gentemot rådande maktordning och brytande av normer (Hebdige 1979:3). Ett handfast och tydligt exempel på en sådan klassisk subkultur är punken, vars grund vilar på en livsåskådning där individuell frihet står i fokus, något som ofta uttryckts genom musik, klädstil och fysiska protester. Redan här kan funderingar kring subkulturers samtida varande eller icke-varande uppkomma. Finns det ens något kvar att göra motstånd mot i ett allt mer tillåtande samhälle? Individuell frihet – är det inte snarare regel än undantag idag? Dessutom har den medieteknologiska revolutionen kommit att innebära nya livsvillkor och nya premisser för allt och alla. Samhället idag har tagit sig formen av en visuell kultur, där bilder och filmer inkorporerats i vårt liv så till den milda grad att det är minst lika viktigt att fotografera fredagsmiddagen som att äta den. För om ingen ser din sushi, har du verkligen ätit den då?

Ett sådant resonemang är i det stora hela visserligen intet nytt under solen, och redan etablerade subkulturers relation till denna nya verklighet har de facto agerat föremål för forskning – vad händer till exempel med skejtares identiteter när skejting flyttar in på Instagram? När skateboarding och skejtkulturen blev allt mer populär i slutet av 80-talet låg fokus främst på att lära sig avancerade tricks och smälta in klädesmässigt. Skejting utövades även på platser som inte var avsedda för aktiviteten – skejtramper och skejtparker tillkom först senare. Skejtingen blev helt enkelt något att samlas runt, en gemensam aktivitet att dela och uppleva, samtidigt som utövarna utförde en typ av motstånd och normbrytande genom att inte sitta på bänkarna, utan istället åka på dem. På samma sätt kan graffitikulturen förstås. Graffitikulturen samlades runt aktiviteten att skapa konst på publika platser där detta inte var tillätnat eller tillåtet. Elskåp, toalettbås, skyltar – allt kunde prydas med graffiti. En typ av civil olydnad sade vissa och benämnde det klotter. En typ av normbrytande sade andra och benämnde det konst.

Denna företeelse är inget som nödvändigtvis har förändrats idag, men vad som blivit desto viktigare är att detta dokumenteras och visas upp för så många som möjligt via sociala medier. På samma sätt som frågan om fredagsmiddagens existens gör sig gällande, kan även frågan om du verkligen är skejtare om ingen ser dina tricks, uppkomma. Behöver du som "skejtare" idag faktiskt kunna avancerade tricks eller behöver det bara se ut som att du har koll på vad du gör? Dessa omstöpningar av medielandskapet har öppnat för nya möjligheter och förhållningssätt för nya moderna subkulturer. Vad händer med en subkultur när den artikuleras, formas och fortlever på sociala medier? När det är den estetiska och visuella framtoningen av subkulturen som kommit att bli det mest framträdande elementet av subkulturer, går det längre att tala om subkulturer eller bör det snarare benämnas subestetiker? Har subkulturer ens samma innebörd idag som de tillskrevs under den initiala subkulturforskningen?

E-girls har inom loppet av några år kommit att bli en av de mer framträdande och omnämnda "digitala" subkulturerna, vars gemensamma nämnare med de tidigare omnämnda soft-girls och VSCO-girls är att den både är en typ av "online"-företeelse, och dessutom förbehållen de som identifierar sig som kvinna eller tjej (likt namnet antyder). Vad som dock kan tyckas anmärkningsvärt är att e-girls, vid en snabb överblick, tycks vara den enda av de tre subkulturerna som "överlevt" och fortfarande anses aktuell. VSCO-girls å sin sida har snarare kommit att bli något att raljera över, och subkulturen benämns som "2019-års subkultur". Den var alltså utdaterad och omodern redan 2021 när denna uppsats påbörjades. Således uppkom givetvis ytterligare frågor; hur går det att förstå att en subkultur nu riskerar att klassificeras omodern och otrendig? Vad betyder det för innebörden av en subkultur? Och givet att e-girls, soft-girls och VSCO-girls delat samma levnadsvillkor, vad är det som gör att just e-girls överlevt?

Det är alltså i dessa många funderingar som uppsatsen tar avstamp. Genom att undersöka den nya subkulturen e-girls självpresentation på det sociala mediet TikTok ämnar denna uppsats dels identifiera vilka gemensamma drag som utkristalliserar sig hos de användare som väljer att kategorisera sina inlägg under hashtaggen #egirls, och dels tolka hur dessa drag kan förstås som uttryck för en samtida subkultur. På så sätt är uppsatsens syfte och förhoppning att råda klarhet i huruvida kärnan i dessa [nya] subkulturer kan anses ha alterneras och förändrats givet att de utövas på digitala plattformar, snarare än fysiska. Det finns dessutom en ambition om att de drag som identifieras och analyseras hos den specifika subkulturen e-girls skall kunna ge en indikation och vittna om sociala mediernas villkor och möjligheter för både andra [nya] subkulturer och för gruppen unga kvinnor rent generellt.

För att åstadkomma detta har således frågeställningarna nedan utformats:

1. Hur har internet/sociala medier kommit att omstöpa betydelsen av termen subkultur?
2. Har bilden av subkulturen kommit att bli viktigare än subkulturen som livsstil?
3. Vilken betydelse har självsexualisering i en digital och visuell värld?

## **2. Subkulturernas uppgång... och fall?**

### **2.1 Meningen med stil, CCCS och 90-talets forskningskontrovers**

Subkulturer har länge varit starkt förknippade med ungdomskulturer i den mån att ungdomar har haft en önskan om att slå sig fria från föräldragenerationen i relation till stilar och åsikter – att göra uppror. Men något som länge varit förbisett är subkulturernas relation till större samhälleliga kontexter såsom ekonomiska, politiska och sociala. Till följd av detta har det stundvis varit svårt att förstå subkulturernas komplexitet och hur dessa gemenskaper har kunnat gro sig så starka.

Den initiala forskningen om subkulturer tillkom under 1970-talet hos forskare vid Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies/CCCS (även känt som Birminghamskolan). En av de mest framträdande rösterna var Dick Hebdige, vars bok *Subculture: The Meaning of Style* (1979) är ett av de mer inflytelserika verken i forskningen om subkulturer, och den grund som vidare forskning kom att ta avstamp ifrån.

Hebdige (1979:3) definierar meningen med subkulturer som att genom (främst) stil göra motstånd gentemot rådande normer, maktordningar och bestämmelser i samhället. Han (1979:84-86) menar att subkulturer och dess stilistiska uttryck främst är lokalt förankrade och beror på de erfarenheter och värderingar som människor besitter. Dessa erfarenheter kommer i första hand från människors vardag vilken består av olika situationer från arbete, skola, hemmiljö etc., vilket frambringar förutsättningar att känna samhörighet med de personer som delar liknande bakgrund med en själv. Liknande bakgrunder är dock ingen garanti för att kunna känna samhörighet till de i ens närhet och subkulturen punkare är ett exempel på detta. Punkarnas stil fångar mediernas uppmärksamhet där de får agera representanter för motstånd mot etablerade normer i samhället. När exempelvis TV-tittarna får se en sådan radikal stil som, enligt TV-producenterna, inte hör till det vanliga i samhället kan det uppstå moralpanik hos de som inte tillhör subkulturen eftersom det är något ovanligt som kan skaka om ens egen verklighet (ibid:93).

Något som kan vara utmärkande för subkulturer som exempelvis punkare är att det är en hel livsstil i den mån att det ofta finns starka grundläggande åsikter om hur samhället bör fungera som påverkar ens sätt att leva. Det är dock något som levs ut på fritiden och inte tas med in i exempelvis arbetslivet eftersom det inte är den rätta arenan för att uttrycka den sortens åsikter. Platsen för var ens subkultur levs ut är alltså av största vikt (ibid:95).

Detta synsätt kom att vara dominerande på forskningsfältet fram till 1990-talet då nya vindar svepte in och intensifierade vad som kom att benämnas som ”the post-subcultural turn” (Hodkinson 2015:637). Det primära ifrågasättandet berörde den tolkning av subkulturer som Hebdige och CCCS gjort i form av ”spontana uttryck för klass”, och gentemot karakteriseringen av sådana grupper som om de vore fullt homogent utformade. Även det åsidosättande av unga kvinnor, ungdomar från etniska minoriteter i subkulturforskningen – och alltså avsaknaden av bredare frågeställningar kring genus och etnicitet i CCCS analyser kom att utgöra grund för kritik (ibid.:330-331).

Liksom subkulturerna så ansågs CCCS teorier helt enkelt vara en produkt av sin tid. Expansionen och utvecklingen av en tilltagande diversifierad och flytande konsumtionskultur i senkapitalistiska samhällen, ska ha påverkat tolkningen av ungdomskulturer. De post-subkulturella teorier som uppkom var influerade av bland annat Giddens, Bauman och Maffesoli – vilket resulterade i teorier med fokus på hur unga enskilda konsumenter reflexivt kombinerade och förflyttade sig mellan flyktiga, löst sammansatta grupperingar som uppkommit i kontexten av ett allt mer individualiserat konsumtionssamhälle, där historiskt fixerade och stabila kategorier kom att ersättas av mer skiftande och flytande identiteter. Parallellt myntades en rad nya begrepp, med avsikt att ersätta begreppet ”subkultur”, då detta ansågs vara oskiljaktigt från CCCS subkulturella teorier. Ett av ersättningsbegreppen, ”neo-tribes” – ursprungligen myntat av sociologen Michel Maffesoli (1996) – och dess förhållande till den tidigare dominerande subkulturforskningen redogörs för av forskaren Andy Bennett i ”Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical taste” (1999). Bennetts primära tes löper i mångt om mycket parallellt med resonemanget kring konsumism som redogörs för ovan – han menar att det saknas belegg som påvisar att ens de mest hängivna grupperna av ungdomsstilar skulle vara så pass sammanhållna, eller stabila, som begreppet ”subkultur” indikerar. Enligt Bennett (1999:605) förhåller det sig snarare på så vis att ”subkulturerna” är typexempel på de instabila och skiftande tillhörigheter som de senmoderna konsumtionsbaserade samhällena karakteriseras av. Mot bakgrund av detta poängterar han de grupperingar som tidigare benämnts och teoretiserats kring i termer av sammanhållna subkulturer snarare bör förstås som en rad av

temporära sammansättningar, vilka kännetecknas av flytande gränser och tillfällig förbindelse (ibid.:599-600).

Vitor Sérgio Ferreira ansluter i "Aesthetics of Youth Scenes: From arts of Resistance to Arts of Existence" (2016) sig i viss utsträckning till ett resonemang likt Bennetts (1999), men poängterar också att just debatten kring huruvida begreppet subkulturers teoretiska värde är fullgott i att beskriva, förklara och tolka samtida ungdomskulturer, redan är förhållandevis fullig. Istället framhåller och problematiserar Ferreira (2016:68) en annan aspekt som varit central i forskningen kring subkulturer och dess estetiker – begreppet motstånd. Det som av den tidiga subkulturforskningen benämndes och beskrevs som "politics of resistance" menar Ferreira är svårt att hitta, eller identifiera, i samtida ungdomskulturer. Det saknas helt enkelt en "fiende" eller "motståndare" att kämpa mot (ibid.:68). Detta kan jämföras med Johansson och Lalander som formulerar frågan rörande motstånd och fiender i den [nya] kontexten för subkulturer som "What happens with resistance when it is no longer so easy to identify the enemy" (2012:1081)? Svaret menar Ferreira ligger i att istället börja tala om "politics of existence" – att de estetiska syften och anspråk som görs inom dagens ungdomskulturer snarare syftar till det sociala erkännandet av en personlig identitet som kreativ, autentisk och frigjord (Ferreira 2016:68). Det kollektiva motståndet, eller "kampen för social förändring", har helt enkelt förändrats till att istället handla om en vilja att vara annorlunda, vara sig själv och vara den man vill vara (ibid.:73).

## 2.2 Framväxten av internet

I takt med att internet etablerades och successivt integrerades som en självklar del i gemene mans liv, kom även subkulturers levnadsvillkor att stöpas om. I "The straightedge subculture on the internet: A case study of style-display online" (2003) framhåller Patrick J. Williams en avgörande aspekt: Den främsta skillnaden mellan dagens subkulturer på internet och hur subkulturer tog sig i uttryck offline för bara några år sedan är att det är ett annat språk som talas, eftersom det numera är medierat och att vi idag inte har samma tydliga uppdelning mellan kulturen i ett massamhälle och subkulturen som brutit sig loss från den. Anledningen till detta menar Williams (2003:70) är att vi i postmodern tid inte har en dominerande kultur i samhället att bryta oss loss ifrån och skapa motstånd kring, sedan massamhällets upplösning (jfr. Johansson & Lalander 2012).

Även om det finns de som idag lever ut sin subkulturella grupptillhörighet offline så är det numera mycket enklare att förhålla sig till en viss livsstil digitalt som sedan går att ta avstånd ifrån, för den som vill det. Vår interaktion med andra människor över internet följer



samma regler som ansikte-mot-ansikte interaktion, men väl offline kan vi inte alltid välja bort vissa delar av oss själva och vår omgivning skulle med största sannolikhet reagera om vi inte fortsatte följa de mönster eller den stil vi tidigare etablerat. På nätet kan uttryckssätt variera utan att det orsakar någon uppståndelse och skulle personen i fråga inte trivas i ett forum så finns det möjlighet att lämna för ett annat med fler likasinnade utan att ha någon skyldighet till förklaring (ibid.:72). Internet och sociala medieplattformar fungerar därför som en samlingsplats för likasinnade att mötas och bilda gemenskap. Istället för en fysisk plats i samhället som fungerar likt en träffpunkt har denna funktion förflyttats till det digitala och det är genom olika forum som medlemmar av subkulturer kan hämta information och hålla koll på eventuella event (ibid:65).

Det finns ytterligare en aspekt att ta hänsyn till i en diskussion kring subkulturers varande i digitala miljöer; den snabba framväxten av ett nytt medielandskap. Den medieteknologiska utvecklingen har svept fram i en hög fart och i dess kölvatten har sociala medier, såsom Instagram, Facebook och TikTok, kommit att inkorporeras på ett sådant sätt att de i mångt om mycket kan hävdas vara en alldeles given del av vår vardag. I denna allt tätare sammanknytning har de också kommit att utgöra en ny dimension av livet för gemene man att förhålla sig till. Inte på något sätt bör subkulturer ses som frånskilda eller immuna mot de nya premisser som kommit att etableras – tvärtom kan dessa hävdas påverkas i allra högsta grad. Precis som McArthur lyfter i “Digital Subculture: A Geek Meaning of Style” (2009:62) så är internet idag en given plats för många att finna likasinnade att bygga sin personliga och sociala identitet tillsammans med. Det är genom åsikts- och erfarenhetsutbytet med andra som vi själva kan finna vilka grupper vi anser oss vara medlemmar av och fortsätta bygga vår karaktär utifrån denna.

Vilka nya förhållanden som internet och [visuella] sociala medier kommit att innebära för redan etablerade subkulturer berörs bland annat i studiet av skejtare (Dupont 2020) samt av protest-rappare och graffitikonstnärer (Simões & Campos 2017). I ”Authentic Subcultural Identities and Social Media: American Skateboarders and Instagram” (2020) konstaterar Tyler Dupont att Instagrams ständiga närvaro och centrala roll inte nödvändigtvis har kommit att förändra skejtandet i sig, så mycket som det har kommit fördjupa skejtares *upplevelser* av skejtandet. Fokus ligger fortfarande på att utföra avancerade trick (exempelvis i skejtparker), men det som blivit betydligt viktigare är dokumentationen, självpresentationen och byggandet av trovärdighet som sker med Instagrams hjälp (Dupont 2020:658-659). Skejtare kan genom Instagram numera inte bara producera eget material (filmklipp och bilder), utan även styra vilket innehåll som är synligt för andra skejtare att ta del av, och på så sätt även

justera sin visuella självframställan så att den rimmar med deras egen uppfattning av vad en “äkta” skejtare är (ibid.:660). Dessutom förstärker plattformen skejtares identifikation med subkulturen. Det enorma och ständigt uppdaterade utbudet av bilder genererar möjligheten att ständigt bli påmind om gruppens normer och värden, och i kombination med oberoendet av tid, plats och närhet till andra skejtare erbjuds möjligheten att (åter)bejaka och (åter)knyta till subkulturen och deras identitet som skejtare löpande (ibid.:655).

Det skall understrykas att den forskning som berör subkulturers relation till sociala medier, och hur denna nya relation inverkar på subkulturers yttring är begränsad – med största sannolikhet givet den enorma hastighet med vilken dessa sociala medier uppstår och expanderar. Vad som ter sig uppenbart är att dessa sociala medier bygger på en visuell utformning – där självpresentationen är alldeles avgörande. Trots det redan existerande breda forskningsunderlag som subkulturer genom tiderna agerat underlag för, kan det emellertid tyckas ha uppenbarat sig en lucka att fylla i takt med att det inte längre bara rör sig om tidigare etablerade subkulturers “inflytt” på sociala medier – utan att sociala medier snarare har kommit att agera grogrund för/generera nya subkulturer? I det reser sig även frågan om vad som händer med en subkultur som helt plötsligt enbart existerar på bildbaserade digitala arenor och som saknar anknytning till en “offline-gemenskap”?

### **3. Teoretiskt ramverk**

#### **3.1 Kommodifiering och uppmärksamhet**

För att visa på tillhörighet till en viss subkultur, som exempelvis e-girls, innebär det för den som vill beviljas inträde till gemenskapen att anpassa sig till de normer och riktlinjer som förekommer inom subkulturen. Dessa normer rör såväl materiella uttryck som klädstil, men även beteende och anpassning till den jargong som råder. Denna anpassning och tillrättaläggning av sig själv är något som Bauman (2008:16) benämner kommodifiering. Kommodifiering innebär att vi anpassar oss efter de kriterier som behöver nås för att beviljas inträde till en del av samhället vi inte har tillgång till annars. Väljer någon att inte anpassa sig efter sagda marknadskrav har denne också valt att stå utanför och missa eventuella möjligheter som annars hade erbjudits om de varit villiga att “sälja sig”. Genom att se på subkulturer likt marknader som kräver anpassning kan detta hjälpa oss att avtäcka vad det är som krävs från de som önskar bli medlemmar i e-girlskulturen och hur denna “insäljning” tar sig i uttryck när subkulturen har sin grund på internet.

I dagens internetbaserade och visuella värld har gemene man kommit att blir allt mer offentlig och individens närvaro på sociala medier en självklarhet för majoriteten av världens

befolkning. I takt med detta har en ny typ av logik utformats, där synlighet och uppmärksamhet är vad som kommit att definiera värdet på såväl människor som ting. I en värld där alla vill tillskansa sig ett värde har så även trycket för att synas på sagda medier ökat (för syns du inte, så finns du inte). Med detta har en ny marknad att "sälja sig" på skapats – uppmärksamhetsmarknaden (Gillberg 2014:10).

E-girls är inget undantag för att figurera på uppmärksamhetsmarknaden, något de som grupp dessutom gör väldigt väl. I förhållande till de tidigare nämnda subkulturerna VSCO-girls och soft-girls, som även de visserligen lyckades slå sig in på uppmärksamhetsmarknaden (men inte upprätthålla sin relevans), kan e-girls påstås ha fortsatt cirkulera och vara aktuella. Således är resonemanget om uppmärksamhetssamhället nödvändigt för att kunna reda i och hitta förklaringar till vad i e-girls utformning som skapat detta resultat. När det rymmer desto fler individer både inom och utom ens subkultur på en och samma marknad innebär det också en ökning av konkurrenter och därmed kommer förmågan att skapa uppmärksamhet vara något som är helt avhängigt ens överlevnad i ett medialiserat samhälle.

### **3.2 Kvinnlig sexualitet och erotiskt kapital**

I förhållande till tidigare resonemang om uppmärksamhetsgenererande innehåll menar Tseëlon (1998:39) att något som väcker och bibehåller lockelse (uppmärksamhet) hos en publik är en väl avvägd balans mellan det halvt blottade och halvt dolda. Sexuellt innehåll är uppseendeväckande i sig, men om det hålls på en gräns mellan det "anstötande" (helt naken) till det alldagliga (fullt påklädd) är det ett relativt enkelt sätt att (i alla fall för kvinnliga användare av sociala medier) generera uppmärksamhet. Detta då en (kvinno)kropp som avslöjar mycket, men inte allt, kommer att skapa en lockelse hos publiken att vilja ta del av mer och på så sätt bibehålla uppmärksamheten (relevansen). I det material som ligger till grund för uppsatsen förekommer denna företeelse upprepade gånger, både explicit (att faktiskt vara halvt avklädd) och implicit (att balansera det oskyldiga mot det utmanande). Tseëlons begrepp möjliggör så även en diskussion kring relationen mellan e-girls sexuella anspelningar och bibehållandet av relevans.

Även resonemanget kring mannens rädsla för den kvinnliga sexualiteten, vilket resulterar i en stigmatisering av densamma, har varit av intresse för studien. Tseëlon (1998:133) menar att män besitter en inneboende rädsla för kvinnans oberoende sexualitet, alltså hennes förmåga att anta mer än en sexuell partner, och att detta resulterar i en stigmatisering i ett försök att reglera kvinnor. Detta tar sig i uttryck genom att likställa den

oberoende sexualiteten (och så även utmanande kläder, exempelvis genom att man gör sig tillgänglig för mer än en blick) med prostitutionens företeelse – något som anses vara klandervärt, fult och skamligt att bli förknippad med. Detta är ett återkommande fenomen inom e-girlskulturen då de som väljer att visa upp sig i en mer blottande kontext ofta görs till åtlöje av (främst) manliga följare.

Enligt Hakim (2011) är skuld- och skambeläggande ett försök från män som strävar efter att upprätthålla patriarkala strukturer och med detta motverka att kvinnor potentiellt kan dra egen vinning – och på så sätt även få en betydande fördel gentemot män – genom att nyttja sitt “erotiska kapital”. Det erotiska kapitalet är en symbolisk kapitalform och i ett samhälle där den medierade, eller visuella bilden, av något har kommit att spela en betydande roll kan så även det erotiska kapitalet anses vara en betydande komponent att behärska och besitta. På så sätt kan e-girls medvetna produktion och distribution av sitt eget erotiska kapital tyckas kunna tolkas som ett typ av motstånd mot de begränsande patriarkala strukturerna som skuld- och skambelägger. Med hjälp av Hakims teorier möjliggörs så även en mer utförlig diskussion och analys kring huruvida det går att utläsa en koppling till det klassiska normbrytande och motstånd gentemot rådande värderingar, som anses centralt för subkulturer hos den “nya” subkulturen e-girls.

## **4. Tillvägagångssätt**

### **4.1 Fallstudie**

E-girls är ett relativt nytt fenomen vars existens är beroende av ett medielandskap som befinner sig i ständig förändring i allmänhet, och en digital plattform i synnerhet. Då det idag inte forskats om e-girls i en bredare omfattning finns det därmed inte så mycket material att tillgå, förutom det som skapats av e-girls själva. I detta identifierade vi att fallstudie kommer vara en nödvändig metod för studien för att kunna skönja något om fenomenets karaktär. Detta har kombinerats med kvalitativ innehållsanalys för att bättre kunna redogöra för de mönster som sedan observerats.

Svårigheterna i att analysera subkulturer ligger i att det förekommer diskurser och jargonger vars underliggande mening endast kan förstås av den som är insatt i kulturen i fråga. Vad gäller e-girls är det inte en självklarhet vad syftet med varken igari-sminkning eller ansiktsuttryck som ahegao är för någon som själv inte tar del av det, eftersom de beskådas utanför sin kontext. Att genomföra en fallstudie och djupdyka i enskilda fall ger oss därför

möjlighet att kunna säga mer om fenomenet och förstå komponenter av subkulturen i de sammanhang som de ska förstås (Flyvbjerg 2001:66).

## 4.2 Urval

Då det material vi studerat på TikTok går uppemot ett hundratal videor avgränsades studiens empiriska material till ett omfång av sexton bilder som vi anser representativa för det större innehåll vi ursprungligen tagit del av<sup>1</sup>. Ett målstyrt urval har genomförts, med vilket menas att vi valt de enheter/undersökningsobjekt som vi bedömt ändamålsenliga och representativa för problemformuleringen samt för att kunna besvara forskningsfrågorna (Bryman 2018:498) – vilka vidrör relationen mellan nya subkulturer och internet, samt betydelsen av självsexualisering i en digital och visuellt präglad värld. Bildernas ursprung är att de antingen är tagna som skärmdumpar från rörligt material/videoklipp på TikToks topplista över “e-girls”, eller hämtade från webben genom googlesökningar av exempelvis “goth e-girl”, “tiktok e-girl” och “ahegao”. Datum då samtligt material hämtades var den 12 december 2021.

Det är e-girlsen själva som definierat sig som e-girls, eller åtminstone kategoriserat sitt material på så vis för att det skall figurera under hashtaggen #egirls. Eftersom det är subkulturer som studeras ansåg vi att den egna tillskrivningen till gruppen tjänade som tillräckligt underlag för att bedömas som en e-girl. Således utformade vi inte heller någon initial kravlista (mer än att inläggen skall gå under hashtaggen #egirls) över saker som måste finnas med i videon. Eftersom subkulturen e-girls även innehåller flertalet substilar/subkategorier som alla har sitt eget signum skulle en sådan kravlista vara svår att utforma så att den både fungerar avgränsande, men samtidigt inte medför en risk att missa något av värde. Således gjordes heller inget åldersurval då det hade varit problematiskt – om inte omöjligt – att garantera ålder bara genom ett digitalt konto, då detta är förhållandevis enkelt att manipulera.

Även om vi inte benämnde det som ett initialt krav så har vi dock genomgående valt klipp där ett subjekt vilket vi identifierar som en kvinna, figurerar. Även om videor med män som *diskuterar* #egirls visserligen knappt förekom på topplistan, har de få som fanns medvetet valts bort. Detta då vi inte anser att män som diskuterar subkulturen e-girls som

---

<sup>1</sup> I uppsatsens examinationsversion ingick en bildbilaga innehållande de 16 bilder studien utgår ifrån. På grund av copyrightskäl har bilagan tagits bort i denna slutgiltiga version.

fenomen är representativt för subkulturens kärna, och inte heller att den klara minoritet de utgör kan anses vara representativa för den större mängden innehåll. Vi har istället valt att se till vad (vilket vi identifierat som) kvinnor som själva definierat sig inom ramarna för subkulturen, lägger fokus och vikt vid i sin självpresentation.

Vi har en ambition att identifiera, och sedermera analysera, gemensamma karaktärsdrag hos denna grupp som även har möjlighet att säga något om “nya” och visuellt baserade subkulturer generellt. I och med medialiseringen och därmed subkulturers fortsatta möjlighet att etablera sig och växa fram på internet, kan e-girls ses som ett mindre fall i ett större sammanhang. Detta innebär dock inte att det inte går att styrka några generella påståenden om subkulturers leverne på internet, då djupdykningar i mindre fall ofta kan säga mer om ett fenomen än om undersökningar skrapar på ytan av desto fler fall (Flyvbjerg 2001:72).

Eftersom en av de största plattformarna för e-girls är TikTok, och för att vi undersöker vilken betydelse uppmärksamhet har för “nya” subkulturer som enbart existerar på visuella plattformar, var det för oss således självklart att utgå ifrån material från kategorin “Topp” på TikTok då detta är vad som konsumeras mest och är mest populärt i stunden (alltså har fått mest uppmärksamhet). Att även analysera videor med marginell uppmärksamhet hade visserligen kunnat påvisa om det fanns ett mönster av innehållsmässiga/tematiska skillnader mellan “trendande” videor och mindre populära dito, alltså få kunskap om vad som gör de annorlunda från varandra (Larsen 2018:126). Dock hade detta rimligen sagt mer om vad som värdesätts i uppmärksamhetssamhället än något om de förhållanden som “nya” och visuellt baserade subkulturer uppkommer och existerar inom, vilket är vårt syfte och ändamål. Således ansåg vi inte att en identifikation av sådana skillnader skulle tillföra ett betydande underlag till studien.

### **4.3 Kvalitativ innehållsanalys**

Liksom fallstudie är kvalitativa innehållsanalyser av en mer djupgående och beskrivande karaktär, detta för att kunna anskaffa en kontextuell förståelse i förhållande till det studerade fenomenet i fråga. Genom att applicera en kvalitativ innehållsanalys på subkulturen e-girls kommer det som uttrycks genom klädstil, smink och beteende att kunna bidra till en förståelse för betydelserna av de olika uttryckssätt och mönster som förekommer inom kulturen, för oss som inte är en aktiv del av den. Med en kvalitativ innehållsanalys kommer vi

dessutom kunna ta hänsyn till hur olika mönster och beteenden inom subkulturen utvecklats över tid, något som är behjälpligt då vi studerar människor, vilket är varelser i ständig förändring (Bryman 2018:480).

Vanligt förekommande kritik gentemot kvalitativ innehållsanalys är att undersökningar tenderar att bli alltför subjektiva, alltså att forskarens egen uppfattning om vad som anses vara det viktigaste i studien färgar resultatet (Bryman 2018:484). Att själv tolka vad som kan läsas ur studiens material är kärnan i den kvalitativa innehållsanalysen som metod, och att tolkningar kan differera från individ till individ blev påtaglig för oss bland annat i diskussionen kring var gränsdragningen mellan implicit och explicit självsexualisering går. För att undvika eventuella oklarheter kring detta, vad det är som lett oss fram till de resultat vi redogör för eller varför vi valt att analysera de delar av fenomenet som vi valt, har vi därför inkluderat en omfattande deskriptiv del av fenomenet följt av vad vi kopplar de olika uttrycken till. Deskriptionen möjliggör en insikt för läsaren i att förstå *varför* vi tolkat vissa uttryck som vi gjort, men ger också möjlighet till att reflektera över uttryck vi inte nödvändigtvis lägger tyngre vikt vid i senare delar av studien, om denne så vill.

## **5. Bland horor och troll?**

### **5.1 Att identifiera en e-girl**

E:et i e-girl står för electronic och syftar till att existensen av e-girlkulturens visuella uttryck, och därmed dess medlemmar, är internetbaserad. Begreppet e-girl kan spåras tillbaka till 2009 och har ett förflutet av sexism inom gamingvärlden online då den användes nedsättande mot tjejer som befann sig på diverse spelforum. Innan definitionen av en e-girl togs över av unga tjejer som ville definiera sina online-personas på egna premisser, anspelade termen på unga kvinnor som ansågs vistas på spelforum för uppmärksamhetens skull och för att "sälja sig" för views (att ens innehåll får visningar) (Björk 2019). Den förmodat främsta orsaken till omdefinitionen av begreppet och att e-girls estetiken har fått en mycket större spridning världen över beror till stor del på videodelningsappen TikTok, som slog igenom explosionsartat 2019 (Leskin 2020).

TikTok menar på sin hemsida att deras uppdrag är att inspirera till kreativitet och skapa glädje bland sina användare. Det är den främsta plattformen för kortare videor som användarna har spelat in med sina mobiltelefoner (TikTok 2021). På appen kan e-girls hittas antingen genom att söka på konton med "e-girls" i sitt namn eller genom hashtags (#) som finns till för att kunna tagga klipp under valda kategorier. Innehållet e-girls publicerar i appen

kan röra allt från gaming till att följa danstrender eller att visa upp hur de ser ut för dagen. E-girls återfinns även på plattformen Twitch, vars funktion är att användarna kan livesända i videoformat och tittarna till dessa livesändningar kan interagera i realtid via chattfunktionen (Twitch 2021). På plattformen är det vanligt att e-girls sänder gamingrelaterat innehåll.

E-girls stilistiska uttryck kan beskrivas som en kombination av andra redan etablerade stilar såsom skate och hip-hop (säckiga jeans, lager med kläder, sneakers), anime och cosplay (stil kopplad till japansk och/eller koreansk populärkultur, pastellfärger, gulliga klänningar, färgat hår), BDSM (kedjesmycken, läderremmar) och goth (piercingar, nätstrumpbyxor, kängor, dramatiska sminkningar) (Jennings 2019). E-girls kan vara influerade i varierande grad av de olika stilarna, men gemensamma nämnare rent uttrycksmässigt är att de ofta är tungt sminkade med vingad eyeliner och rouge som går från kind till kind över näsbenet, har färgat hår och många klädlager. Enligt Yoanna Manoilova (2021) kan e-girls delas in i fyra olika stilistiska kategorier kallade "the emo e-girl", "the aesthetic/tiktok e-girl", "the gamer e-girl" och "the artsy e-girl". Skillnaden mellan dessa kategoriska tillhörigheter grundar sig främst i vilken delstil som e-girlen influeras mest av, men till viss del även hennes förhållande till onlineaktiviteter.

Stilen hos en emo e-girl är främst influerad av goth och BDSM och hon har ingen specifik aktivitet kopplad till sig mer än det stilistiska uttrycket. Rent estetiskt är det vanligt förekommande med svarta kläder i form av band t-shirts, korta kjolar, stora koftor, nätstrumpbyxor, kängor och en del accessoarer. Accessoarerna består ofta av så kallade choker-halsband (kraghalsband som sitter åt högre upp på halsen), kedjehalsband eller kedjor som hänger i hällorna på byxorna/kjolarna och stora skärp. Även piercingar i ansiktet är vanliga och då främst näspiercingar. Sminkmässigt är det vanligt förekommande med kraftig eyeliner, rosa/röd ögonskugga och rouge på näsan och i vissa fall på kinderna. Håret är som oftast färgat svart eller i en "ovanlig" färg såsom lila eller grönt.

Emo e-girls kan anses vara en sexualiserad variant av 2000-talets typiska emostil som ofta befann sig på hemsidor som Tumblr. The emo e-girl befinner sig till största del på TikTok och den mest förekommande typen av videor inom genren innebär att visa upp sina outfits och få bekräftelse på att stilen faller in under ramarna för en emo e-girl.

Stilen hos en aesthetic/tiktok e-girl är något mjukare än stilen hos en emo e-girl med mer fokus på att vara gullig. Denna stil har större spridning bland ovan nämnda influenser. Exempelvis är det vanligt att ha lager med kläder såsom en långärmad tröja under en t-shirt och kombinera detta med säckiga jeans eller en kort kjol. Smycken förekommer och så även piercingar, men inte i lika stor utsträckning som hos emo e-girls. Sminket hos en



aesthetic/tiktok e-girl består ofta av kraftig eyeliner, kraftig rouge på kinderna, ditmålade fräcknar och i många fall små hjärtan under ögonen. Att applicera rikligt med rouge strax under ögonen och över näsbenet kallas för Igari makeup eller “drunk blush”. Trenden hämtar inspiration från japanska skönhetsideal om att utstråla oskyldighet genom stora ögon, jämn hy och rodnade kinder och läppar (Denton 2021). Aesthetic/tiktok e-girls sätter ofta upp det främre håret i två mindre hästsvansar eller har det utsläppt med svallande lockar. Håret är ofta färgat i skarpa färger såsom lila, blå eller grön. Men det är också vanligt att endast färga delar av håret varav det är populärt att luggen/det främre håret på sidorna är i en annan färg för att sticka ut.

En aesthetic/tiktok e-girls aktivitet på nätet handlar främst om att lägga upp klipp på TikTok där hon antingen visar upp sin stil eller följer olika trender, exempelvis danser eller utmaningar såsom att svara på frågor om sig själv.

The gamer e-girl är den sorts e-girl som har starkast koppling till en aktivitet i form av att hon antingen sänder innehåll på Twitch eller lägger upp videor om sitt liv som gamer på TikTok. Hennes stil har desto starkare influenser av cosplay och anime då kläderna kan vara kopplade till olika japanska/koreanska populärkulturella serier eller spel. Det är vanligt att gamer e-girlen antingen tar sitt stilistiska uttryck i att vilja hävda sig som “en typisk gamer” som spelar dator- och/eller videospel i mjukiskläder i sitt stökiga rum, eller att hon anspelar mer på sin sexualitet och klär sig utmanande i toppar med djup urringning och korta kjolar med strumpor som går precis över knäna. Håret är ofta långt, utsläppt och är det färgat är den vanligaste färgen en ljusare/pastellrosa, om hon inte bär en peruk för att anspela på en särskild karaktär. Den vanligaste accessoaren hos en gamer e-girl är de stora hörlurarna (inte alltför sällan försedda med kattliknande öron), stora glasögon och choker-halsband. En vanligt förekommande sminkning hos en gamer e-girl består av den tidigare nämnda igari-sminkningen, rosiga läppar, kraftig eyeliner, långa lösögonfransar och vit kajal på ögonens vattenlinje för att ge illusionen av större och piggare ögon. Det förekommer även ditmålade fräcknar och i vissa fall små vita linjer till sidan av ögat, något som påminner om hur karaktärer i manga-serier brukar gestaltas när de rodnar eller gör ett förvånat uttryck. Den typiska sminkningen i sin helhet är starkt influerad av anime eftersom det skall ge intrycket av ett nätt och oskyldigt ansikte med stora förundrade ögon.

Den fjärde e-girl stilen kallas för artsy e-girl och är i stort sett densamma som aesthetic/tiktok e-girls. Den största skillnaden kan hävdas vara att de är lite “gulligare” då de ofta klär sig mer i pastellfärger och använder scrunchies (en större tygbeklädd hårtofs). Även hår och smink kan jämföras med aesthetic/tiktok e-girls med skillnaden att en artsy e-girls

smink ofta är mer nedtonat. Elementen av kraftig eyeliner och igari-sminkning är dock en bestående del.

E-girls har, som tidigare nämnts, sitt ursprung i gamingvärlden online på plattformar likt Twitch som är en webbplats där användarna själva kan direktsända datorspelsrelaterat videomaterial eller ta del av andras så kallade "livestreams". Under senare år har e-girls dock fått ett desto starkare fäste på sociala medier-appen TikTok, vars syfte är för användarna att kunna skapa och dela sitt eget videomaterial. För att återkoppla till tidigare kategoriseringar av e-girlestetiken så kan "the emo e-girl", "the aesthetic/tiktok e-girl" och "the artsy e-girl" ses som enbart stilvariationer då de alla har sitt huvudsakliga fäste på TikTok. Även om "the gamer e-girl" också återfinns på TikTok så är det den kategori som inte enbart är en estetik utan även är kopplad till en aktivitet. Manoilova (2021) har påpekat att även om "the gamer e-girl" är kopplad till aktiviteten gaming, så anluter sig gamer e-girlsen till aktiviteten annorlunda. I grova drag kan de delas upp i två läger där ena sortens gamer e-girl endast tar del av onlinespel offentligt för att vinna uppmärksamhet och i en del fall även gynnas ekonomiskt, något vi återkommer till senare. I det andra "lägret" återfinns de gamer e-girls som uppskattar onlinespel och tar del av dessa utan förväntningar på att det skall generera uppmärksamhet.

Ett sätt för e-girls att väcka uppmärksamhet på, eller provocera om de så vill, har varit att anspela på sin sexualitet. Inom e-girlestetiken är det eftersträvansvärt att vara gullig och utstråla ett behov av att tas om hand. Detta är sprunget ur stereotyper om att kvinnan skall vara undergiven mannen och i en mansdominerad arena som onlinespel är så kan det tolkas som ett sätt för kvinnor att ta plats, om än på ett (ibland, inte alltid) underlägset och sexualiserande vis (Spellings 2020). En stor del av e-girlestetiken är influerad av japansk och/eller koreansk populärkultur, vilket exempelvis kan ta sig i uttryck av det så kallade ahegaouttrycket. Ahegao har sitt ursprung från japansk vuxen-anime och symboliserar orgasm. Rent visuellt innebär det att personen i fråga rullar med ögonen, sticker ut tungan, rodnar och mer eller mindre dreglar. Detta skall representera att personen inte kan kontrollera sig själv och är underlägsen sina impulser (Manoilova 2021).

Ahegaos fäste på sociala medier och varför det började trenda hos unga kvinnor, och särskilt e-girls, kan härledas till Instagrammodellen Belle Delphine, som fick mycket uppmärksamhet 2018 då hon ofta gjorde detta ansiktsuttryck på sina bilder. Delphine anses av många vara en e-girl och genom självsexualisering och kopplingen till gaming fick ansiktsuttrycket snabbt spridning bland andra inom estetiken (Kohn 2020).

Idag är ahegao som ansiktsuttryck ofta förekommande i e-girls videor på TikTok, men det är nödvändigtvis inte så många som känner till dess egentliga ursprung och de som gör det ser möjligtvis uttrycket som en självklar del i sin självrepresentation. E-girlestetiken har alltid haft sexuella kopplingar i den mån att det till en början var ett nedsättande epitet för de kvinnor som befann sig på gamingforum och därmed anklagades för att vara uppmärksamhetssökande. Genom ansiktsuttryck som ahegao kan en e-girl själv avgöra sin representation och välja när hon vill framstå i mer sexuella termer.

Att e-girls har gått från att främst vara kopplade till gamingvärlden till att numera ses som en estetik och ha själva gamingen sekundärt är en utveckling som med stor sannolikhet har med sociala mediers frammarsch att göra. Med hjälp av plattformar som exempelvis TikTok kan stilar spridas och utvecklas snabbare än någon hinner uppfatta var den har sitt ursprung i från början och det bidrar till att stilens grunder kan tyna bort ju mer den utvecklas och ju fler substilar som tillkommer. Vad som började misogynt på Twitch har idag utvecklats till miljard visningar av videor på TikTok och stilen fortsätter att utvecklas för var klipp som tillkommer.

## **5.2 Estetik som säljbar vara**

Genom att kommodifiera oss själva gör vi oss till attraktiva och säljbara på olika marknader. Det kan handla om allt från att anpassa sig till arbetsmarknaden, till att försöka sälja in sig själv som en potentiell partner på dejtingmarknaden eller som för e-girls - passa in inom ramarna för den subkultur hon vill vara en del av. Oavsett vilken marknad det gäller ligger ansvaret på oss som individer att se till att vi är så attraktiva som möjligt och de som inte anstränger sig för detta hör därmed inte hemma på sagda marknad (Bauman 2008:16). Sett till begreppet "e-girls" ursprungliga mening, att kvinnliga gamers endast ansågs vara uppmärksamhetssökande posörer, kan detta ses som ett exempel på hur inträde till en viss marknad blir nekad eftersom personerna i fråga inte anses godtagbara inom de ramar som satts upp. Men vad beträffar e-girls handlar det nödvändigtvis inte bara om att kommodifiera sig själv och göra sig attraktiv på marknaden i syfte att passa in i den, för vissa finns det även ekonomisk vinning att hämta från sin estetik och gruppstillhörighet. Förutom att kunna livnära sig som influencer på exempelvis TikTok och Instagram för de som har många följare, så finns det även de e-girls som tjänar pengar genom att livesända på Twitch när de spelar diverse onlinespel eller som erbjuder sina fans att spela med dem för en viss summa (Smith 2020). För att utöka sitt följantal eller vinna större spridning på sociala medier finns det de

som i första hand anspelar på/ provocerar med sin sexualitet och låter e-girlestetiken fungera som en arena för att nå ut.

Fördelaktigt för den som vill definiera sig som en e-girl, oavsett om hon söker ekonomisk vinning eller inte, är att hon endast behöver kommodifiera sin internetpersona för att matcha marknadens efterfrågan. Vål på andra marknader, såsom exempelvis arbetsmarknaden, kan hon lättare lägga av sin e-girlestetik och rekommodifiera sig själv för att bli anpassningsbar inför en eventuell arbetsgivares önskemål. Denna manipulering av sin identitet är gynnsamt inom konsumtionssamhället eftersom det uppmuntrar till ständig utveckling och förnyelse vilket är en följd av den pointillistiska tid vi lever i.

Pointillistisk tid innebär att tiden består av en mängd ögonblick, den är uppbruten i enskilda händelser, och har ingen kausal förbindelse mellan dåtid eller framtid. Det som händer i nu - händer nu, och i konsumtionssamhället gäller det att fylla dessa ögonblick med mening, upplevelser och konsumtion (ibid.:40). Sociala medier och trenderna som florerar på diverse plattformar utvecklas i ett högt tempo, vilket gör det omöjligt att hålla sig relevant inom alla diskurser. Men som tidigare nämnt öppnar sociala medier också upp för snabb förändring utan någon större risk för repressalier från omgivningen (ibid.:128-129). För e-girls tar detta sig i uttryck på så vis att det gynnar anpassningsbarheten till estetiken eftersom det blir svårare att hålla ute nya influenser samtidigt som en estetisk kärna kvarstår. Ett exempel på detta är ahegaouttrycket som å ena sidan inte är ett "krav" på att visa upp för att kunna definiera sig som en e-girl, men som å andra sidan förknippas med estetiken och kan förstärka tillhörigheten för de som vill identifieras med den.

### **5.3 E-girls och relationen till uppmärksamhet**

Bilderna under hashtaggen #egirls som analyserats innehåller samtliga motivet av kvinnan själv, och indikerar även att det är hon som producerat bilden (att det oftast inte verkar stå en extern part bakom kameran, utan att den har formen utav en selfie). Det är alltså e-girlen själv som genomför samtliga tre delar av innehållet; producerar, agerar och förmedlar. Detta blir extra intressant när det även går att konstatera att ett av det mest signifikanta dragen hos en e-girl är de sexuella tecknen som hon nyttjar. Genom sexuellt attribuerade kläder och accessoarer (korta kjolar, urringade tröjor, choker-halsband, knästrumpor) kombinerat med sexuellt attribuerade uttryck (ahegao, anspelningar på ett "oskyldigt" ansiktsuttryck, poseringar), ofta tillsammans med kompletterande texter, ter det sig ske en medveten självsexualisering hos e-girlen i alla led. Det är alltså innehåll med sexuella förtecken som produceras, ageras och förmedlas av henne själv.

Hängandes i luften blir dock resonemanget kring *varför* just det sexuella, eller det självsexualiserande, kommit att bli så framträdande och påtagligt i en subkultur som kan tyckas ha enorma mängder influenser att hänge sig åt (anime, gaming, skate, hip-hop). Det skulle kunna gå att tänka sig ett antal förklaringsmodeller; varav en är att de sexuella anspelningarna används som uppmärksamhetsgenererande valuta i ett samhälle där individen kommit att kommodifieras och jaget är till ständig försäljning (Bauman 2008:16), kombinerat med att framställningen av någonting har kommit att bli viktigare än själva företeelsen i sig.

I takt med att samhället digitaliserats, medialiserats och individualiserats har uppmärksamhet och offentlighet kommit att bli en av de mest centrala aspekterna att förhålla sig till för gemene man. I *Uppmärksamhetssamhället* (2014) beskriver Nanna Gillberg förhållandet mellan dessa två parametrar som att ”offentligheten blir i detta system värdeskapandets spelplan: uppmärksamhet i form av offentlig synlighet dess valuta” (ibid.:10). Kort sagt – syns du inte, finns du inte. Uppmärksamheten kan dessutom, i ett samhälle där varje individ förväntas vara sitt eget varumärke och ”sälja” sig själv, tyckas vara en bristvara (ibid.:10). Ett sådant resonemang medför också tanken om att det i ett så pass konkurrensutsatt system, blir desto viktigare att försöka generera höjda ögonbryn och något som tränger igenom bruset. Detta är något som e-girls verkar tämligen bra på då deras estetik onekligen kan benämnas som iögonfallande. Starka hårfärger och kraftiga sminkningar där “more is more” i många fall verkar vara ledorden, skapar givetvis tydliga kontraster mot ofta annars tillrättalagda självpresentationer där “naturlighet” tycks eftersträvas. Vidare bör även de implicita – men även explicita – referenserna till sex påpekas. Få saker ter sig så uppseendeväckande som sexuella referenser – givet den spänning, intresse och nyfikenhet som ofta väcks hos individer när en sexuell tematik förmedlas i bild eller skrift. De implicita referenserna kan ses som de ofta förekommande choker-halsbanden, kedjeliknande accessoarer och nätstrumpbyxor (BDSM), men även de sminkningar som utformas i syfte att se oskyldig ut kan föreslås vara implicita referenser till en typ av dominanssex, där den ena parten skall agera oskuldsfull och underlägsen.

Ahegaouttrycket har visserligen i sin grundutformning en tydlig explicit koppling till sex (genom att det skall symbolisera uttrycket för en orgasm), men huruvida detta kan anses vara en vedertagen sanning och vetskap bland miljarder TikTok-användare är något mer osäkert. Således kan ahegao agera som både en implicit och explicit referens till sex. Vidare finns det så även delar av de analyserade e-girlsens självpresentation som är betydligt mer explicita om än inte helt avklädda. I en av de videor som analyserades förekom bland annat en e-girl som enbart var klädd i omslagspapper, och där bröstet var tydligt accentuerade. En

annan video innehöll en e-girl som sitter och spelar datorspel – dock med full igari-sminkning och enbart iförd en BH. Den tredje videon är helt konstruerad utifrån dynamiken mellan det oskyldiga och utmanande, genom att ansiktet först är det enda som syns (och enligt tillhörande text skall porträtteras som oskyldigt) för att sedan skapa kontrast mot en till synes utmanade kropp och klädsel. En fjärde video innehöll en e-girl som var iklädd en kort kjol, djupt uringad topp, knähöga strumpor, ett munskydd med nitar och ett par rullskridskor. Den tillhörande texten förmedlar att “I got new skates”. I kommentarsfältet har den kommentar med flest likes dock budskapet att “If you look closely there’s a pair of skates in the video. Took me watching it 416 times to notice them...”(TikTok 2021). Visserligen kan en tydlig ironi utläsas, men det framgår även relativt tydligt att det inte var de nya rullskridskorna som var den primära aspekten att förmedla. Istället är det i samtliga av dessa tre fall explicita referenser till sex, genom att avse generera uppmärksamhet genom en viss nakenhet – där mycket men inte allt visas. Det är som att en vidare uppmärksamhet skall genereras genom en typ av “lockelse”.

Denna “lockelse” och balansgången mellan implicita och explicita referenser till sex får ytterligare en dimension med hjälp av *Kvinnan och maskerna* (1998), i vilken Efrat Tseëlon för resonemanget kring de facto att just kvinnors klädsel i sig självt onekligen har en inneboende dragningskraft. Just dynamiken mellan det halvt blottade, halvt dolda är vad som tenderar väcka [mannens] attraktion – då det halvt dolda just är ”mer lockande” än det helt avklädda. Det handlar till syvende och sist om en sexuell retning, och just underkläder (eller för all del omslagspapper i givet fall) statuerar ett gott exempel för denna retning, då de i sin utformning fulländar kombinationen mellan dolt och avklätt (Tseëlon 1998:39). De bilder tillhörande analysmaterialet som redogjorts för ovan skulle samtliga på ett eller annat sätt föreslås falla inom ramarna för denna dynamik. De undersökta bilderna av e-girls tycks indikera att de i allra högsta grad är medvetna om att det är en fin balansgång att manövrera för att inte tillfredsställa och mätta den nyfikna blicken på en gång – nyfikenhet och lockelse är två centrala faktorer i att bibehålla uppmärksamhet. Kanske skulle så även uttrycket “mycket vill ha mer” göra sig lämpligt i detta resonemang.

Ytterligare en aspekt som är av högsta vikt att förstå i Gillbergs resonemang kring uppmärksamhetssamhället är vad som benämns ”Offentlighetsprincipen”. Denna gör gällande att:

- *Principen om att värdeskapande utgår från offentliggörande – att saker, personer och upplevelser får ett värde först när de offentliggörs.*
- *Principen om offentlighet som ett högt värderat tillstånd. Häri ingår både det ökade värdet av att vara offentlig och den utökade spelplan som offentligheten ger tillgång till.*

(Gillberg 2014:27)

I andra termer skulle den första principen kunna förklaras som att reproduktionen av något, eller den förmedlade bilden av någonting, kommit att få ökad betydelse gentemot den verklighet som egentligen är. Den medierade bilden [av verkligheten] premieras över den ”riktiga”, vilket så även gör att den skiljelinje som tidigare funnits mellan *representationen av verkligheten* och *verkligheten som sådan*, suddas ut (Gillberg 2014:27). En naturlig följd av detta blir således även att självpresentationen och imagens roll i uppmärksamhetssamhället kommit att bli alldeles avgörande. Tonvikten ligger snarare på att se bra ut, än att vara bra (ibid.:10,130). Detta resonemang kan anses vara både behjälpligt och intressant i syfte av att förstå och analysera e-girls som subkultur.

Två drag uppenbarar sig extra mycket när e-girls studeras. Det första är den framträdande roll som det sexuella uttrycket har. Som redogjort för återkommer tydliga urringningar, kraftigt smink och korta kjolar tillsammans med explicita ansiktsuttryck som löpande refererar till sex eller sexuell njutning. Det andra signifikanta draget är att det snarare tycks handla om att förmedla en medierad bild av subkulturen snarare än att leva enligt dess premisser ”offline”. Med andra ord; självpresentationen av subkulturen ter sig viktigare än subkulturen som ”verklighet”. Det skulle till och med tyckas vara samma sak – att den “nya verkligheten” helt enkelt är den medierade verkligheten. Detta gör sig gällande både i en uppvisning av estetiken, men även när den ”aktivitet” som kan knytas till e-girls [gaming] visas upp. Uppvisandet av aktiviteten, eller det medierade förmedlandet av aktiviteten, tycks avsevärt viktigare än den gemenskap som potentiellt uppstår genom aktiviteten. Inte bara gör sig detta gällande mot bakgrund av det enorma genomslag subkulturen har fått genom videor på TikTok – där lika stora delar handlar om att förmedla en bild av hur e-girls relation till gaming ser ut, respektive e-girls ”estetiska signum”– utan även genom den relation som subkulturen e-girls har till plattformen Twitch. Denna digitala plattform är, likt TikTok och till viss del Instagram, e-girls hemmaarena. Här ligger dock fokus på videostreaming av gaming, det vill säga ett “uppvisande” eller en “demonstration” av aktiviteten. En läsning av detta är att det återigen ter sig tydligt att det snarare handlar om bilden som förmedlas av en

aktivitet, än aktiviteten i sig. Detta kan jämföras med resonemanget Gillberg utvecklar i “Offentlighetsprincipen”, där hon understryker att betydelsen av offentlighet som “startpunkt” för värde gör sig gällande i det att “medierad interaktion i sociala sammanhang prioriteras framför direkt interaktion” (Gillberg 2014:27). Gillberg påpekar själv att det snarare tycks viktigt att förmedla bilden av festen, än att uppleva under tiden den pågår (ibid.:27). På samma sätt tycks det viktigare för e-girls att förmedla bilden av dem själva som subkultur, med tillhörande estetik, snarare än att leva det. Den aktivitet som kan föreslås vara sammankopplad med e-girls, alltså gaming, tycks dessutom ha förpassats till att främst fungera som en accessoar. Det tycks snarare ske ett iscensättande av gaming “för att det tillhör den estetiska utformningen” för en e-girl, än att gaming blir aktiviteten som knyter samman subkulturen e-girls och där gemenskap uppstår.

En annan del av uppmärksamhetssamhället som kan tyckas essentiell för förståelsen av hur subkulturen e-girls tar sig uttryck är en så kallad utställningsverksamhet. Det handlar om att “okända ställer ut representationer av sig själva i sociala medier [...] Utställandet i sig är utförandet” (ibid.:71). Det blir allt viktigare att det finns möjligheter till att genom fotografi kunna dokumentera och förmedla något, och att arbetsinsatsen hålls till ett minimum. Kanske skulle detta kunna vara applicerbart även för [nya] subkulturer i allmänhet och e-girls i synnerhet. Rimligen ter det sig mer ansträngande att varje dag leva i enlighet med den subkultur man påstår sig tillhöra. Att upprätthålla en estetik och ett uttryck i “verkligheten” bör vara både mer tids- och energikrävande än att vid vissa tillfällen hänge sig åt det en begränsad period, och då intensivt dokumentera det med hjälp av fotografier och videoinspelningar. Dessutom tycks just många av e-girls signum i mångt om mycket vara utformade för en sådan utsällningsverksamhet. Ahegao skulle kunna vara ett uttryck som gör sig betydligt lättare att forma och iscensätta på bild än i verkligheten. Gissningsvis skulle det varken fylla samma funktion eller generera samma reaktioner i ett fysiskt rum som i flödet på TikTok. Tanken på att någon i lunchrummet eller i cafeteria plötsligt skulle börja skela med ögonen och räcka ut tungan känns både märklig och främmande. Visserligen skulle det kunna föreslås dra uppmärksamhet till sig initialt, men när det placeras utanför sin tänkta kontext och inte kan ackompanjeras av ytterligare estetiska inramningar faller det platt och uppfattas varken som eggande eller provocerande, utan snarare bara absurt och konstigt.

#### **5.4 Från hel och ren till farliga fotografier**

Ovan har förklaringsmodellen som gör gällande att det tydliga draget av självsexualisering hos e-girls kan förstås i termer av uppmärksamhetsgenererande valuta, redogjorts för. Som



tidigare påpekat finns det dock andra potentiella tolkningar/förklaringar till varför just det självsexualiserande kommit att bli så pass framträdande. En sådan andra förklaringsmodell tangerar förslagsvis nyttjandet av *självsexualisering som motstånd*. Likt Williams (2003) och Ferreira (2016) hävdar, kan det tyckas utkristallisera sig en markant skillnad i de samhällen som agerade underlag för den tidiga subkulturforskningen, och vår samtid – de facto att allt kan tyckas tillåtet idag. Givet att ett av de utmärkande dragen för klassiska subkulturer i sig anses vara att genom stil göra motstånd gentemot rådande normer och värderingar i samhället (Hebdige 1979:90) ställer det så även frågan om det ens går att prata om subkulturer, och på så sätt de e-girls denna uppsats undersöker, i vår tid på sin spets. Vid närmare eftertanke kan det dock tyckas uppenbara sig ett drag hos e-girls, vilket både kan tyckas säga något om unga kvinnors självsexualisering på ett bredare plan, och sätta uppfattningen om att det inte längre finns något att göra motstånd kring, på skam.

Detta drag skulle exempelvis kunna vara det nyttjande av ett tydligt sexuellt uttryck hos e-girls som exempelvis ahegao, men även genom urringningar, korta kjolar/klänningar, extensivt nyttjande av smink, nitar och annat dylikt som förekommer i majoriteten av de undersökta bilderna. Det självsexualiserande skulle helt enkelt kunna anses vara det enda ”provokativa” som finns kvar att nyttja i ett samhälle som nästintill tillåter allt. Ögonbrynen har sedan en relativt lång tid tillbaka slutat höjas över trasiga jeans, säkerhetsnålar i öronen eller säckiga byxor. Även den djupt konservativa synen på exempelvis sex innan äktenskapet – och vad det gör med framförallt kvinnans värde – är betydligt mer nyanserad, men den unga kvinnans klädsel och det relaterade utforskandet av hennes identitet och sexualitet (ett utforskande som anammandet av subkulturen e-girls kan föreslås vara en typ av) är fortfarande föremål för inskränkningar och bestraffningar på vissa ställen. Även oron kring vad som brukar benämnas “online slut shaming” har kommit att bli intensifierad, och anses kunna ha negativ inverkan på kvinnans värde. Istället för brandtal om att vara ”hel och ren” kan ungdomar i allmänhet, och unga kvinnor i synnerhet, idag ta del av diskussioner som snarare berör det opassande och farorna med att ha för ”lättklädda och utmanande bilder” på nätet. Således har det skett en förskjutning av samtalet, och riskerna med att ha för kort kjol i skolan, och att det ser ut som att du “ber om det” kan tyckas ha kommit att bli kompletterade och förstärkta av det ytterligare resonemanget som gör gällande att ”de utmanande och lättklädda bilderna kan användas till opassande syften, sparas av vem som helst och användas till vad som helst” (såsom slut shaming och hämndporr).

På så sätt kan även e-girlsen tyckas säga något om den mer generella gruppen ”samtidens unga kvinnor” och dess förhållande till självsexualiserande bilder i visuellt

präglad kultur i vilken du måste synas – och generera uppmärksamhet – för att finnas. Dock uppenbarar sig det onekligen en markant skillnad i hur av- och lättklädda bilder uppfattas och resoneras kring både av vuxna och jämnåriga, beroende på huruvida det är en ung man eller ung kvinna som figurerar på bilden (Albury 2015). Moralpaniken och oron hos vuxenvärlden tenderar allt som oftast rikta sig gentemot den unga kvinnan och hennes potentiella naivitet kring riskerna att bli utnyttjad (Rasmussen 2021), medan jämnåriga snarare tycks skambelägga den uppmärksamhet som den unga kvinnan ibland anses söka då hon producerar och förmedlar lätt- eller avklädda bilder av sig själv (Albury 2015, Grindstaff & Torres Valencia 2021). Huruvida det kan anses vara ett feministiskt felsteg av den kvinna som skapar och förmedlar sådant material (att själv objektifiera kvinnokroppen) är en debatt som kan tyckas ständigt aktuell i 2010-talets allmänna samtal. Detta lyfter även Grindstaff & Torres Valencia (2021:735) när de diskuterar den unga kvinnans val att publicera självsexualiserande bilder – eller selfies – och vad det innebär att inrätta sig efter den ”manliga blick” som historiskt sett ofta anlagts på kvinnokroppen, och om det även betyder att det sker ett inrättande i den ofta förekommande uppfattningen kring att kvinnors värde tillskrivs beroende av utseende och attraktionsförmåga.

Så vad skulle ett sådant resonemang kunna tänkas betyda för diskussionen och analysen av e-girls självsexualisering? Givet att ovan nämnda attityder påvisats hos vuxenvärlden och unga kvinnors jämnåriga, kan så även det fokus som läggs på sexuella anspelningar hos e-girls i deras självframställan tyckas anmärkningsvärt. Det ter sig tämligen uppenbart att det inte är frågan om någon typ av subtil underton, utan snarare att det är överdrifternas epicentrum. Det är mer av allt – kortare kjolar, mer smink och vad som tidigare var ”putande duck-face” läppar har övergått i ahegao – att genom ansiktsuttryck och utsträckta tungor symbolisera en orgasm. Rimligen torde de flesta vara medvetna om att ett sådant extremt uttryck knappast är särskilt vanligt vid sexuell tillfredsställelse. Det gör således att det snarare skulle kunna gå att läsa in en provokativ aspekt i det hela. Att nyttja något som anses farligt, riskfyllt, uppmärksamhetsdanande och feministiskt fel, och istället göra överdrifter av det, kan tyckas vara ett revolterande i sig. Likt punkaren ställde normen kring ”hel och ren” på sin absoluta spets och omkullkastade den, kan e-girls tyckas utmana både normen om att kvinnan skall vara ”attraktiv och mån om sitt utseende, men inte ’bjuda ut’ sig själv”, ”vara attraktiv men inte generera uppmärksamhet genom att framhäva det” och moralpaniken kring riskerna med att vara för lätt- eller avklädd på bilder som publiceras online. Parallellt bör det dock understrykas att det – trots bildernas överdrifter – fortfarande är en symbolisk form av sexuella anspelningar som e-girls nyttjar. Med detta menas alltså att

sex inte direkt förevisas genom klippen eller bilderna, utan snarare symboliseras genom explicita eller implicita referenser. Det kan tänkas finnas flertalet anledningar till att utformningen ser ut just så. Dels kan såklart praktiska anledningar som TikToks förhållningsregler och användarvillkor tänkas spela roll, men rimligen kan också den symboliska gestaltningen tänkas fylla e-girls syfte i större utsträckning. Det handlar snarare om att bestämma över porträtteringen av sin egen kropp och att den kvinnliga kroppen har lika mycket rätt att figurera i online-miljöer som en manlig utan att bli skam- och skuldbelagd – oavsett huruvida den är delvis avklädd eller påklädd. Att vara helt naken på en bild eller direkt förevisa sex kan inte påstås vara den springande punkten – en sådan företeelse skulle rimligen te sig absurd och inte tas väl emot på den arena som sociala medier utgör oavsett om det vore en kvinna eller man som förekom på bilden/videon. Det handlar snarare om att e-girls (och i förlängningen kvinnor) har rätt att figurera lika avklädd som en man i badshorts eller underkläder utan att förmanas och bli föremål för moralpanik/hysteri.

En sådan analys skulle också kunna gå hand i hand med den ovan nämnda debatten som Grindstaff och Torres Valencia (2021) lyfter, och där ståndpunkten snarare är att selfies kan ses i termer av något som möjliggör ett återtagande av ”blicken” över kvinnan. Den ”manliga blicken” ersätts istället av multipla kvinnliga blickar och en möjlighet för kvinnan som tar bilden att själv ta makten och bestämma över hur, i vilket syfte, och på vilket sätt hon vill bli framställd. De poängterar ytterligare en avgörande aspekt i förståelsen av selfies och kvinnlig självframställan – nämligen att selfien i sin natur både är ”[...] fundamentally social and even political. Consider identity-based hashtags on Twitter, which use selfies to put a face on experiences of marginalization and oppression” (ibid.:736). På samma sätt som dessa selfies kan nyttjas i syfte att belysa och medvetandegöra diverse politiska och sociala ojämlikheter, kan det tyckas rimligt att de selfies som e-girls producerar och förmedlar på samma sätt kan användas som ett verktyg i syfte av att generera motstånd mot rådande normer och värderingar. På samma sätt som selfien i sin utformning kan vara alltigenom ett feministiskt verktyg genom att möjliggöra ett återtagande av kontroll av självframställan för kvinnan, kan så även de överdrifter som nyttjas hos de undersökta e-girlsen tolkas som ett övertagande av kontroll av sexualiserandet av den kvinnliga kroppen. Genom att de producerar, agerar och förmedlar bilderna själva (selfies på egna konton) övertar de också makten kring hur de vill att deras kroppar ska framställas. Hur skulle det kunna tänkas möjligt att bli ett passivt föremål för objektifiering och sexualisering, eller ett offer för spridda sexuella bilder, om du 1) medvetet objektifierar och sexualiserar dig själv, 2)

medvetet sprider bilderna själv i syfte av att de *skall* ses av allmänheten på internet och 3) drar en direkt och egen profit/profiterar på den genererade uppmärksamheten det skapar?

Det kan dessutom anses vara av värde att återigen påminna sig om att den *gamingvärld* som e-girls härstammar från i mångt om mycket är mansdominerad. Begreppet e-girl användes, som tidigare noterat, initialt nedsättande mot den [minoritet] kvinnor som förekom på spelplattformar och insinuerade att den enda anledningen till att de var där var att få uppmärksamhet och för att ”sälja” sig själva. Följaktligen valde de unga kvinnorna att istället ta över begreppet och omdefiniera det. Att det just blev en självsexualisering som kom att bli så pass utmärkande skulle på så vis också kunna vara förståeligt utifrån den kontextuella bakgrunden. Grindstaff och Torres Valencia (2021) gör en viktig poäng i att:

*“From a media sociology perspective, selfies are a DIY vehicle for inserting the biographical into the social; they instantiate the self into social discourse according to a set of platform-specific aesthetic, technological, and social codes – and not all platforms are the same. Consequently, it is important to ask what sort of self-expression selfies enable and what ‘purposes’ they serve – not for ‘Instafamous’ social media influencers necessarily but for ‘ordinary’ young women navigating the gender politics of everyday life”*

(Grindstaff & Torres Valencia 2021:736)

Återigen kan det tyckas vara ett tydligt motstånd som uppdragas – istället för att leva under anklagelsen att det enbart är uppmärksamheten och säljandet av självet som eftersträvas (vilket kanske initialt inte var fallet), kan detta tycks ha vänts till att i allra högsta grad färga e-girls stilistiska uttryck. Ju mer uppmärksamhet – desto bättre. Ju mer upprörda moralistiska röster som förfasas över de sexualiserade bilderna – desto bättre. Ju fler män som irriterar sig över det kvinnliga nyttjandet av självsexualisering för egen vinning – desto bättre. Det alternativa sättet att göra motstånd mot en sådan uppfattning och struktur skulle rimligen kunna tänkas ha varit att snarare göra sig så asexuell som möjligt och inte anspela på sexualitet överhuvudtaget. Resultatet av ett sådant tillvägagångssätt skulle dock ha kommit att bli en typ av inrättande i det moralistiska led i vuxenvärlden (och patriarkala struktur) som hävdar att just unga kvinnors förekomst på visuella internetplattformar är farligt och riskfyllt och att kvinnan skall akta sig för att uppfattas som attraktiv eller sexig. Genom att istället ta

kontroll och fullskaligt nyttja självsexualiseringen kan det tyckas genereras motstånd både mot den mansdominerade och patriarkala gamingkultur som e-girls är sprungna ur och mot den vuxenvärld som parallellt förfasas över riskerna med att enbart råka vara kvinna och med på bild.

### **5.5 Att växla erotiskt kapital till uppmärksamhetsgenererande valuta**

Sex säljer. E-girls är inget undantag för denna premis. Men måste en e-girl vika ut sig på sociala medier för att tillskansa sig uppmärksamhet? Vidare kan även frågan gällande om sexualisering *endast* medför negativa aspekter för kvinnor, och i vårt fall e-girls, ställas.

Erotiskt kapital är ett begrepp myntat av sociologen Catherine Hakim (2011). Hakim menar att erotiskt kapital är en form av symboliskt kapital, vilket kan ses som ett komplement till de som sociologen Pierre Bourdieu tidigare etablerat i form av ekonomiskt, kulturellt och socialt kapital. Det erotiska kapitalet i sig utgörs av sex olika element: skönhet, attraktionskraft, sociala färdigheter, livlighet, social framställan och sexuell kompetens (Hakim 2011:22). Således bör det även understrykas att de referenspunkter som är möjliga att utgå ifrån under denna analys är begränsade till komponenter vilka är observerbara genom bilder – skönhet och social [digital] framställan.

Ovanstående element är något som mer eller mindre gått att urskönja i allt material vi gått igenom. Vad som exempelvis upplevs som skönhet är individuellt, men i förhållande till subkulturen kan skönhet anses vara de estetiska attribut som är eftersträvansvärda såsom den dramatiska eyeliner, det färgade håret och de avslöjande kläderna. Kan en e-girl tillgodogöra sig detta kan hon anses ha "bemästrat" elementet skönhet inom subkulturen och hennes erotiska kapital kan med detta anses växa. Ytterligare ett exempel på ovanstående element som urskönjas i materialet är formen av social framställan. En e-girl behöver inte nödvändigtvis besitta förmågan att föra sig i alla sociala kontexter, så länge hon kan hantera den interna jargongen inom subkulturen kan hon anses inneha ett större erotiskt kapital eftersom det matchar förväntningarna på hur en e-girl ska vara. Detta kan hon exempelvis uppnå bland annat genom att spela onlinespel (eller skapa innehåll som relaterar till gaming), eller möjligtvis använda sig av ansiktsuttrycket ahegao.

Att det erotiska kapitalets värde historiskt blivit systematiskt förminskat/reducerat, trots dess substantiella värde, är enligt Hakim starkt sammanlänkat med det faktum att det är en kapitalform vilken besitts av kvinnan i betydligt högre utsträckning än av mannen. Således har den även trivialiserats och reducerats i syfte att upprätthålla patriarkala maktstrukturer, i vilka det skall vara omöjligt för kvinnan att kunna profitera på deras relativa övertag

gentemot männen i denna typ av kapitalform. Genom att likställa nyttjandet av det erotiska kapitalet med något fult och klandervärt avskräcks så även kvinnan från att dra nytta av det. På så sätt bibehålls ett övertag från männens sida gentemot kvinnan (Hakim 2011:18;102-103). Detta tenderar göra sig gällande även för e-girls. På de digitala och visuella arenorna e-girls verkar har det erotiska kapitalet ett substantiellt värde, då det egentligen är den kapitalform som är mest synlig och gör störst avtryck. Eftersom att de undersökta e-girlsen kan tillskrivas ett högt erotiskt kapital (utifrån observerbara parametrar) är det inte heller förvånande att de kommentarer som noteras på videoklippen har högst raljanta undertoner. Att det bara skulle vara män som ställer sig kritiska mot den självsexualisering och det nyttjande av erotiskt kapital som e-girls bemästrar är dock felaktigt. Enligt Hakim förhåller det sig på så vis att en sådan logik även kommit att tränga in i radikalfeministiska tongångar/övertygelser, och på så sätt vidmakthålls föraktet mot kvinnlig skönhet och sex-appeal (och negligerar det sociala och ekonomiska värdet av erotiskt kapital) (ibid.:18). Här kan möjligtvis frågan om vad som kan anses vara ett utövande av motstånd gentemot patriarkala normer och strukturer, ställas. Är det att underkänna det erotiska kapitalets värde och anse det förkastligt att inrätta sig i ett självsexualiserande? Eller är det primära motståndet det som den undersökta gruppen e-girls gör; att återta kontrollen av hur deras kropp porträtteras och underminera risken att bli ett passivt föremål för "läckta bilder", att översexualisera sig själva som aktiva subjekt för att undvika bli ett sexualiserat objekt? Att tillåta sig själv experimentera med en subkulturell identitet och sexuella uttryck utan att inrätta sig i ledet för skrämselfpropaganda?

Dessutom förhåller det sig samtidigt på så vis att sex, eller sexualitet/sexualisering, med all önskvärd tydlighet de facto är ytterst kommersiellt gångbart – och då framförallt den erotiska kraften hos kvinnan. Samtidigt som en femtedel av all reklam i västvärlden använder sig av "erotisk lockelse", så är det nittio procent av sådan reklam som nyttjar bildspråket av en "vacker kvinna" istället för av en "vacker man" (ibid.:174).. Detta används inte bara för att sälja varor som riktar sig mot kvinnor, utan även varor som används uteslutande av män – och det övertag som kvinnor har vad avser erotiskt kapital kan indirekt tyckas erkännas här (ibid.:203, 205). För varför skulle annars en kvinna användas för att marknadsföra produkter som används av män, om det inte är så att kvinnors erotiska kapital är betydligt högre än männens, och således stimulerar de ekonomiska intressen som finns vad avser försäljning? Det tycks te sig på så sätt att det erotiska kapitalet erkänns värdefullt så länge det genererar vinst och inte utgör ett hot. Och just ett hot är rimligen vad e-girls uppfattas som. Eftersom e-girls agerar på sin egen plattform och för sin egen skull – de är precis som alla andra,

kommodifierade och till salu – så kan även de kraftiga reaktionerna mot dem förefalla sig logiska. På en marknad där logiken är att kontinuerligt sälja sig själv, kan kombinationen av den erotiska lockelsen de behärskar och den “enkla” anledning att de är “vackra kvinnor” vara svår utmaning för andra att möta och överträffa.

På samma sätt kan det resonemang som Hakim för kring överviktiga/kraftiga personer förstås. Enligt Hakim har en potentiell övervikt/fetma en stark negativ inverkan på det erotiska kapitalet. Hon menar att övervikt tycks vara den faktor som starkast bidrar till att någon (och framförallt personer av kvinnligt kön) anses vara oattraktiv, och som dessutom leder till en minskad framgång på alla typer av marknader; exempelvis arbetsmarknaden och dejtingmarknaden (ibid.:166-168). För att knyta an till ramverken vad avser kommodifieringen av jaget, uppmärksamhetssamhället och självsexualisering – om de grundläggande premisserna kan anses vara de att vi 1) samtliga individer är säljbara varor i konsumtionssamhället, 2) att uppmärksamhetssamhället i sin tur kan tyckas slå mynt av utseende och självsexualisering som uppmärksamhetsgenererande valuta och att 3) att selfies i allmänhet – och selfies med inslag av självsexualisering i synnerhet – har kommit att bli nedvärderat, tabubelagt och moraliskt ifrågasatt primärt när det är en (enligt normen) attraktiv kvinna som figurerar i bilderna, vittnar det så även om att det erotiska kapitalet till syvende och sist *de facto* både kan anses existera och ha en avgörande betydelse för hur vi kan förstå e-girls som fenomen.

Givet att utgångspunkten är att vi säljer oss själva och således agerar på en marknad vilket ett klassisk tillgång-efterfrågan verkar, går det snabbt att konstatera att tillgången definitivt överskrider efterfrågan. Det finns endast så mycket som hjärnan förmår hantera och ta in – vare sig det gäller information, intryck eller individer. På så vis kan det, enligt traditionell marknadslogik, föreslås skapas ett markant behov av förmågan att göra ett snabbt intryck, fånga och bibehålla uppmärksamhet. Detta kan egentligen i mångt om mycket sägas vara precis det som är grundtesen för Gillbergs (2014) resonemang om uppmärksamhetssamhället. Det råder underskott av uppmärksamhet – samtidigt som du inte finns om du inte syns. Således blir också behovet av att utmärka sig och generera iögonfallande material enormt. Exakt samma premisser gäller för e-girls, om inte än mer intensifierat. E-girls hela existens sker på digitala plattformar där denna logik är den enda. Det finns inte en offline-verklighet som kompletterar och potentiellt kan väga upp, utan hela existensen är avhängig ett genererande av uppmärksamhet online. I enlighet med detta går det återigen att påpeka att de e-girls som studerats har anpassat och skraddarsytt sitt uttryck för att möta dessa förutsättningar. Multipla hårfärger, kraftiga sminkningar, iögonfallande

accessoarer och sexuella anspelningar tenderar att initialt fånga den scrollande blicken, samtidigt som dynamiken mellan implicit och explicit självsexualisering skapar ett intresse för att återkomma och konsumera mer [av individen].

Här kan den första aspekten av det erotiska kapitalet och dess marknadsvärde tyckas ge sig till känna. Likt Hakim (2011) finns det få (andra) saker som säljer så bra som sex, eller sexuella anspelningar. Framförallt har kvinnans sexualitet nyttjats för ekonomisk vinning i tid och (nästan) evighet, men då ofta av andra mellanhänder och för externa objekt. Vad som nu kan tyckas ha uppenbarat sig är kvinnornas eget nyttjande av sin egen sexualitet [sitt erotiska kapital] för sin egen vinnings skull. Detta kan e-girls anses vara ett praktexempel på. Genom att ständigt balansera en implicit och explicit självsexualisering, och med ett enormt och medvetet fokus på självpresentation (nyttjande av smink, kläder, accessoarer) i olika stilkombinationer, tycks de onekligen vara medvetna om den konkurrensfördel detta ger på uppmärksamhetsmarknaden. Ett annat begrepp för denna sammansättning av utseende och stil kan så även vara ”uppmärksamhetsgenererande valuta”. Givet att vi alla nu är kommodifierade och säljbara objekt skulle det så kunna indikera att detta förvaltande och omvandlande av erotiskt kapital till uppmärksamhetsgenererande valuta också medför ett betydande övertag. E-girls tycks vara helt införstådda med premisserna på vilka de verkar; att den nya verkligheten [alltså den förmedlade bilden av verkligheten] också har kommit att omstöpa vilka kapitalformer som kan anses vara mest gångbara. Likt denna analys förhåller sig till enbart visuellt observerbara parametrar, är det också de visuella parametrarna som spelar roll på TikTok, Instagram eller Twitch, plattformarna som är e-girls hemmaarenor. På så sätt ter det sig självklart att e-girls nyttjar de tillvägagångssätt i sin självframställan som hjälper att bygga ett stort erotiskt kapital (eftersom detta är vad som är observerbart genom visuell framställan) – och som dessutom är en kapitalform fullt möjlig att “växla in” till uppmärksamhetsgenererande valuta, och så även tjäna som värdefullt medel på den uppmärksamhetsmarknad som dominerar den digitala värld i vilken e-girls förekommer.

Att detta inte sker friktionsfritt faller sig, mot bakgrund av Hakims andra tes, fullt förståeligt. Denna tes gör gällande att det kontinuerligt genom historien förekommit en ständig förminskning/ignorans gentemot kvinnor (och i detta e-girls i allra högsta grad) som explicit nyttjat sitt erotiska kapital. Detta har skett genom skam- och skuldbeläggande – ett tydligt exempel som ger uttryck för detta är att en för kort kjol eller för mycket smink ”gör att du ser billig och horig ut”. Även uttryck som att ”det ser ut som att du ber om det”, eller förskjutningen av ansvar (att om du har på dig x eller y kan det leda till att z inträffar) kan tyckas vara en del av ett sådant skam- och skuldbeläggande. Rent konkret sker detta i de



studerade e-girlsens fall genom att det sker en förminskning och raljerande över det sexuellt explicita innehållet i de tillhörande kommentarsfälten.

Som påvisat i föregående avsnitt kan sådana mantran delvis även tyckas ha bytt skepnad till att även handla om faran i att ”lägga upp för utmanande bilder” på nätet, och vilka risker det medför (att bli “slutshamead” eller föremål för hämndporr refererar båda indirekt till det prostituerade). Återigen är det samma patriarkala maktstruktur som skiner igenom, fast nu med ett nytt angreppssätt. E-girls som nyttjar sitt erotiska kapital för att generera [egen] vinst i uppmärksamhetssamhället är på samma sätt ett ”hot”, då det är den relativa fördel vad avser kapitalformer, de har gentemot män som verkar på samma arenor (i detta fall primärt TikTok, men även Twitch och Instagram). Likt påpekat tidigare, tillkom själva termen e-girls i ett nedvärderande, anklagande och skammande syfte när män pratade om unga kvinnors närvaro på mansdominerade spelplattformar – då det påstods att de bara var där för att få uppmärksamhet och “likes”. Ett sådant påstående skulle inte bara kunna tolkas som allmänt misogynt, utan även som ett uttryck för att underkänna “uppmärksamhet” som något viktigt och nödvändigt, och istället tillskriva det “fula” och “skamliga” egenskaper. En förklaring till att just män är benägna att tillskriva uppmärksamhet som något fult skulle så även kunna vara det faktum att kvinnor bemästrar förmågan att åstadkomma det i högre utsträckning än män generellt (Hakim 2011:13). Så när e-girls tar sig in på klassiskt manliga arenor och lyckas generera mer uppmärksamhet än män, blir det ett nytt skam- och skuldverktyg för män att ta till.

En invändning mot ett sådant resonemang på ett generellt plan skulle kunna vara att det inte är alla avklädda bilder som anses vara farliga och därmed skuldbeläggs. Det skulle kunna argumenteras för att det sällan anses vara avklädda eller ”sexualiserade” bilder av överviktiga kvinnor som anses vara det ”farliga”. Följaktligen borde det så även också påverka framgången på den uppmärksamhetsmarknad som e-girls existerar och verkar – något som tycks återspeglas hos de e-girls som studerats från TikToks topplista (och som så även kan tillskrivas ett högt uppmärksamhetsvärde). Studerade videor där det förekommer e-girls med något kraftigare kroppsbyggnad är i minoritet, om nästan obefintliga. Detta skulle kunna indikera att e-girls, för att säkra sin relevans, noterar att inte bara utsmyckningen av deras kropp spelar roll, utan även kroppen i sig.

Ytterligare en aspekt till ett sådant resonemang kan vara de kroppspositivistiska konton där avklädda bilder av mer kraftiga kroppar tar plats. I jämförelse med e-girls avklädda och självsexualiserande bilder så ter sig allmängiltigt “kroppspositivistiska” bilder ytterst sällan ligga i ”faroazonen” för att spridas eller missbrukas, trots att de kanske är desto

mer nakna än flertalet av de studerade e-girlsen. Det betyder alltså att det inte nödvändigtvis är e-girls semi-nakenhet som anses vara det stötande eller hotfulla, utan att det återigen är deras nyttjande av sexuell retning som ligger till grund för sådana reaktioner. Även här återkommer relationen mellan det symboliska och det förevisade – den explicita nakenheten är inte något som e-girls de facto uppvisar alls i samma utsträckning som exempelvis kroppspositivister, men möts trots detta av väldigt skarpa reaktioner. Det indikerar dessutom att explicit nakenhet inte är det som krävs för att vinna uppmärksamhet inom diverse arenor, utan det som det mildt avklädda implicit symboliserar – sex.

Det är alltså e-girlens (och i förlängningen kvinnans) fulla kontroll och makt av hur mycket som visas, när, hur och på vilket sätt som utgör "hotet", snarare än kroppen i sig. Det skulle på så vis kunna gå att hävda att en överviktig/kraftig kropp som valuta i sådana förhållanden saknar uppmärksamhetsgenererande värde, inte nödvändigtvis behöver utmålas som en fara eller moraliskt förkastligt eftersom den då inte utgör ett hot mot en rubbning av maktstrukturer. Visserligen går det att argumentera för att individer med dessa attribut får ta emot andra former av hat och hån, både från män och kvinnor. Men frågan är om detta handlar så mycket som en oro för en rubbad maktordning till följd av ett nyttjat erotiskt kapital, som andra typer av osäkerheter hos den som uttrycker sig nedvärderande. På så sätt kan det tyckas beklagligt att det inte fanns mer material av e-girls där en annan kroppsform kunde identifieras. En sådan sammansättning skulle möjligen kunna ha bidragit med den intressanta dimensionen om en e-girl fortfarande hade skambelagts i kommentarsfälten för nyttjandet av sitt av erotiska kapital, eller om hon snarare hade inte tillskrivits något erotiskt kapital överhuvudtaget (trots potentiellt liknande estetisk utformning i videon). Det ter sig onekligen så att samma motstånd och marginaliserade av kvinnans övertag vad avser erotiskt kapital som Hakim talar om, fortfarande gör sig gällande – om än att det inte handlar lika mycket om att ha kort kjol i skolan, som att e-girls sitter i urringade toppar och gamear.

Det kan i sig ses som ett resultat av det ytterligare resonemang som Gillberg (2014) driver – att vi inte längre lever i en värld som handlar om vad vi gör, utan snarare om *förmedlandet* av vad det är vi gör. På så vis blir det även ett fullkomlig naturlig följd att den trop som sprids inte längre handlar om farorna med att faktiskt *göra* någonting i realtid (att bära kort kjol och urringade tröjor i skolan), utan istället om farorna med att *förmedla* någonting (att publicera bilden där du bär kort kjol och urringade tröjor på sociala medier). Det är genom den visuella representationen – bilden av någonting – som vi blir något och skapar ett värde, och om det är denna bild som är värdeskapande bör det rimligen även vara denna praktik som ifrågasätts och nedvärderas i syfte att upprätthålla rådande maktstrukturer.

## 6. Kan vi prata om subkulturer längre?

Genom att ha undersökt och analyserat e-girls och deras varande på internet har vi kommit fram till att de subkulturer som har sin grogrund på sociala medier, och i e-girls fall - TikTok, tenderar att handla mer om en *visuell skildring* av livsstilen snarare än att faktiskt leva efter vissa premisser eller förhålla sig till en viss aktivitet. För e-girls var den ursprungliga aktiviteten gaming, något som fortfarande utförs av vissa inom subkulturen, men som för de flesta främst används som en accessoar eller ett bihang i syfte att förstärka den estetiska inramningen. Det kan förvisso gå att tala om självpresentation som aktivitet då det krävs ett [faktiskt] utförande och handling i förhållande till presentation – exempelvis som att sminka sig eller lära sig trendiga danser, eller helt enkelt bara producera någon form av innehåll. Den tydliga indikationen är dock att det fortfarande handlar mer om själva visualiseringen av en livsstil, snarare än att leva ett visst sorts liv där en relaterad aktivitet praktiseras “utanför” sociala medier.

Visserligen ska det noteras att begreppet “livsstil” möjligen fått en ny innebörd i dagens samhälle, givet mediernas utveckling och etablering i vardagen. Precis som Gillberg (2014:27) resonerar kring att den medierade verkligheten är den “nya verkligheten” och att det är den vi måste förhålla oss till idag, så kan det också medföra en ny definition för subkulturers innebörd beroende på om de har sitt ursprung på internetbaserade plattformar eller inte.

För en skejtare som ämnar visa upp sitt intresse och sin *livsstil* på sociala medier, kommer innehållet främst att präglas av bilder eller liknande material som visar upp aktiviteten att åka skateboard eller stilen som tillkommer (exempelvis säckiga kläder, bilder på skateramper etc.). För en e-girl finns det dock inte längre någon given ursprungsaktivitet att luta sig mot, vilket gör att hon måste förlita sig på att den estetik som presenteras är tillräckligt iögonfallande och anmärkningsvärd för att tränga igenom bruset och förtjäna uppmärksamhet i ett samhälle som har kommit att handla om just detta. Gör den inte det tycks också subkulturens hela existens komma att upphöra.

Just *livsstil* var också en av huvudfaktorerna i Hebdiges initiala forskning kring subkulturer. Andra centrala delar var teorierna kring normbrytande och motstånd gentemot rådande maktordningar, och resonemanget kring den rätta arenan (eller platsen) för var subkulturer levs ut. Hur står sig dessa poänger i en samtida kontext? Kan de anses dugliga i

definitionen och diskussionen av subkulturer även idag? Vad avser parametern rörande motstånd kan den tolkas på olika sätt. Visserligen kan Williams (2003), Lalander & Johanssons (2012) och Ferreras (2016) tankar gällande huruvida det finns något kvar att göra motstånd mot i samtiden tyckas motiverad att fortsätta ta i beaktning. Kanske är framförallt aspekten rörande att det inte längre finns en dominerande kultur att avvika från mest påtaglig. Men går det verkligen inte att tala om motstånd hos samtida subkulturer alls längre? Skulle det inte gå att se e-girls högst medvetna självsexualisering som ett uttryck för motstånd gentemot rådande normer och skuldbeläggande strukturer? Att dessa kan vara den svåridentifierade ”fienden” eller ”motståndaren” – i alla fall för de unga kvinnor som så länge åsidosatts i subkulturforskningen (Hodkinson 2015)? Om subkulturer är en produkt av sin samtid borde rimligen även motståndet och normbrytandet ta sig nya uttryck. Dessutom verkar arenan för var subkulturen tar plats och levs ut fortfarande vara avgörande. Likt punkarna levde ut punkkulturen på fritiden och inte i arbetslivet, tenderar e-girls göra detsamma. Den stora skillnaden tycks snarare vara att e-girls som subkultur mer eller mindre enbart levs ut online, och inte offline. Kanske är det ett direkt resultat av att vår närvaro online är en lika stor del av vår verklighet idag som närvaron offline.

En stor skillnad mellan äldre och modernare subkulturer är dock vilken vikt som läggs vid gemenskap. Även om det finns gemenskaper inom subkulturen e-girls i sig så är medlemmarna inte nödvändigtvis beroende av varandra för att kunna fortleva på diverse plattformar. Trots att gemenskapen kring e-girlestetiken och visualiserandet av denna tillkom som ett krafttag gentemot nedvärderandet av kvinnor i typiskt manliga utrymmen, krävs idag inte samma kollektiva uppslutning hos e-girls som hos demonstrerande punkare eller trickövande skejtare. Den moderna subkulturen har således blivit mer individualiserad. Denna individualisering har bidragit till subkulturens överlevnad och starkare fäste på internet då det har föranlett en konkurrens av uppmärksamhet, något som påtvingat en utveckling i hopp om att uppnå originalitet inom en befäst kultur.

Uppkomsten och nyttjandet av visuella aktiviteter, såsom att e-girls följer ”trendande” danser och utmaningar, kan tyckas vara ett försök att bibehålla intresse och uppmärksamhet på en plattform som i övrigt är helt utlämnad till iscensättandet av något och en utställningsverksamhet, för att tala i Gillbergs termer. Som nämnt i inledningen, är inte e-girls den enda subkultur som uppkommit och fortlevt på sociala medier. Hit tillhör även

VSCO-girls och soft-girls. Hur går det att förstå att e-girls "överlevt" båda dessa? Potentiellt kan en av de möjliga förklaringarna vara e-girls sexuella referenser. E-girls estetik har som genomgående poängterat, en stark koppling till självsexualisering och sexuella referenser på ett sätt som ingen av de andra två subkulturerna har. Detta tycks onekligen ha gynnat dess fortlevnad. Sex och erotiskt kapital säljer uppenbarligen inte bara varor, utan även subkulturer.

I enlighet med tidigare resonemang kopplat till Baumans (2008:16) teori om kommodifiering så är inte internet något undantag från andra marknader. Det är enorma flöden som människor [potentiella konsumenter] scrollar igenom varje dag på diverse appar och hemsidor, och för att sticka ut och göra sig ständigt aktuell så gäller det att lägga manken till. Dessutom bör den viktiga aspekten att internet och sociala medier är e-girls *enda* marknad tilläggas, vilket ger att de således måste bli experter på den. Något som uppenbarade sig väldigt tidigt i studien är e-girls förhållande till det självsexualiserande. För dem är det ett sätt att vinna uppmärksamhet och därmed kunna utöka sin plattform på, det är deras kommodifiering i kontexten. Med det sagt så innebär det inte att de måste ses som offer på något sätt, eftersom många av dem är medvetna om vad de gör och, vilket vi kan anta, gör det för sin egen vinnings skull och därmed nyttjar det som ett sätt att vända sig gentemot rådande patriarkala maktstrukturer. En viktig gränsdragning är dock den mellan det symboliserande och det förevisande samt balansen mellan implicita och explicita referenser. Vi har kunnat konstatera att e-girls bemästrar denna balans till sin fördel eftersom de inte "ger ut för mycket", men inte heller är så pass återhållsamma att deras följare tappar intresse.

Så har vi då fått svar på våra initiala frågor? Svaret på detta blir ett nja – till viss del. Absoluta och entydiga svar tycks dock utebli. Visserligen har vi kunnat konstatera vilken betydelse självsexualisering tycks ha i en digital och visuell värld som är beroende av uppmärksamhetsgenererande förmåga. Självsexualisering tycks också fungera som ett samtida verktyg för att utöva motstånd. Vad avser internets och sociala mediers betydelse för termen subkultur, och huruvida bilden av subkulturen kommit att bli viktigare än subkulturen som livsstil, är svaret met tudelat. Nya och unga subkulturer tenderar visserligen att ibland sakna inneboende aktiviteter eller praktiker utanför skärmen (vad vi tidigare kände som livsstil), och snarare fokusera på estetiker framför allt annat. Detta gör dem mer känsliga för trender och deras livslängd kan riskera bli betydligt kortare än många subkulturer innan dem.

Finns där inte tillräckligt många uppmärksamhetsgenererande komponenter kommer de ersättas med en annan subkultur inom kort. Subkulturer har på så sätt blivit mer flyktiga och är inte lika rigida som förr. Extra tydligt blir det genom att ställa de “nya” subkulturerna gentemot redan etablerade sådana. För dessa har den nya [medierade] verkligheten snarare kommit att innebära möjligheter att visa upp och ta del av aktiviteter som är relaterade till subkulturen i fråga. Genom denna delningsprocess av bilder och filmer på sociala medier kan exempelvis punkare, skejtare och hiphoppare kontinuerligt stärka sina band och påminnas om sin tillhörighet till den specifika subkulturen. Dock riskerar aldrig en sådan subkultur att “dö ut” eller bli “förra säsongens subkultur” eftersom aktiviteten i fråga inte förutsätter visuell närvaro på sociala medier, utan enbart kompletteras och förstärks av det. E-girls, VSCO-girls och soft-girls har den gemensamma nämnaren att de *förutsätter* närvaro på sociala medier och ett uppvisande av tillhörande stil och estetik. Således kan dessa anses vara betydligt mer konkurrensutsatta på uppmärksamhetsmarknaden, eftersom det enda de har att generera uppmärksamhet med hjälp av är just en estetik. Kanske har internet och sociala medier framförallt kommit att omstöpa betydelsen av de komponenter (motstånd, normbrytande, livsstil och aktivitet) som utgör en subkultur, snarare än subkulturtermen i sig. Bilden av subkulturen har, likt så många andra saker i vår vardag, kommit att bli viktigare än själva utövandet offline, men med det sagt betyder det inte nödvändigtvis att det inte längre går att prata om livsstil – kanske är detta bara den nya livsstilen.

## 7. Referenser

### 7.1 Litteratur

- Albury, Kath. (2015). "Selfies, Sexts, and Sneaky Hats: Young People's Understandings of Gendered Practices of Self-Representation". *International Journal of Communication (19328036)*, 9, pp. 1734–1745.
- Bauman, Zygmunt. (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos.
- Bennett, Andy. (1999). "Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical taste". *Sociology*. 33(3), pp. 599–617.
- Bryman, Alan. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (3:e upplagan). Stockholm: Liber.
- Dupont, Tyler. (2020). "Authentic Subcultural Identities and Social Media: American Skateboarders and Instagram". *Deviant Behavior*. 41(5), pp. 649–664.
- Ferreira, Vitor Sérgio. (2016). "Aesthetics of Youth Scenes: From Arts of Resistance to Arts of Existence". *Young*. 24(1), pp. 66–81.
- Flyvbjerg, Bent. (2001). *Making Social Science Matter. Why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gillberg, Nanna. (2014). *Uppmärksamhetsamhället*. Lund: Studentlitteratur.
- Grindstaff, Laura & Torres Valencia, Gabriella. (2021). "The filtered self: selfies and gendered media production". *Information, Communication & Society*, 24(5), pp. 733–750.
- Hakim, Catherine. (2011).  
*Erotic Capital: The Power of Attraction in the Boardroom and the Bedroom*.  
New York: Basic Books.
- Hebdige, Dick. (1979). *Subculture: the meaning of style*. London: Routledge.

- Hodkinson, Paul. (2016). "Youth Culture and the rest of life: subcultures, post-subcultures and beyond". *Journal of Youth Studies*. 19(5), pp. 629-645.
- Johansson, Thomas & Lalander, Philip. (2012). "Doing resistance - youth and changing theories of resistance". *Journal of Youth Studies*. 15(8), pp. 1078–1088.
- Larsen, Ann Kristin. (2018). *Metod helt enkelt: en introduktion till samhällsvetenskaplig metod*. (2:a upplagan). Malmö: Gleerups.
- Maffesoli, Michel. (1996). *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. Theory, Culture & Society. London: SAGE Publications Ltd.
- McArthur, John A. (2009). "Digital Subculture: A Geek Meaning of Style". *Journal of Communication Inquiry*. 33(1), pp. 58–70.
- Rasmussen, Bøegh Kærsmose, Penille. (2021). "Researching Young People's Sexualized Digital Practices Involving Imagery: A Transmethodological Approach". *Outlines: Critical Practice Studies*, 22(1), pp. 89–125.
- Simões, José & Campos, Ricardo. (2017). "Digital media, subcultural activity and youth participation: the cases of protest rap and graffiti in Portugal". *Journal of Youth Studies*. 20(1), pp. 16–31.
- Tseëlon, Efrat. (1998). *Kvinnan och maskerna*. Lund: Studentlitteratur.
- Williams, J. Patrick. (2003). "The Straightedge Subculture on the Internet: A Case Study of Style-Display Online". *Media International Australia Incorporating Culture & Policy*. (107), pp. 61–74.

## 7.2 Digitala referenser

- Björk, Annah. (2019). E-girls: Tiktok-trend med mörkt förflutet. *Svenska Dagbladet*. 27 oktober. <https://www.svd.se/e-girls-tiktok-trend-med-morkt-forflutet>



Denton, Elizabeth. (2021). Master Igari Makeup, the Blush Trend Taking Over TikTok. *IPSY*. 8 april. <https://www.ipsy.com/blog/igari-makeup>

Jennings, Rebecca. (2019). E-girls and e-boys, explained. *Vox*. 1 augusti. <https://www.vox.com/the-goods/2019/8/1/20748707/egirl-definition-what-is-an-eboy>

Kohn, Isabelle. (2020). What is ahegao, the hentai face that's suddenly everywhere? *Mel Magazine*. <https://melmagazine.com/en-us/story/ahegao-reddit-anime-hentai>

Leskin, Paige. (2020). Everything you need to know about e-girls and e-boys, teen gamers who have emerged as the antithesis of Instagram influencers. *Insider*. 9 mars. <https://www.businessinsider.com/e-girls-definition-tiktok-e-boys-anti-influencer-teen-gamers-2019-9?r=US&IR=T#e-girls-rose-into-the-mainstream-in-2019-thanks-to-tiktok-the-short-form-video-app-known-as-a-launching-pad-for-gen-zs-favorite-memes-and-viral-trends-on-tiktok-videos-tagged-with-egirl-have-more-than-14-billion-views-e-girls-and-e-boys-have-established-themselves-with-hundreds-of-thousands-of-followers-while-others-have-capitalized-solely-on-parodying-the-e-girl-aesthetic-5>

Manoilova, Yoanna. (2021). Everything you need to know about E-girls? *diggitt magazine*. 8 februari. <https://www.diggittmagazine.com/articles/everything-you-need-know-about-e-girls>

Smith, Callum. (2020). E-girl: Never battle alone website let's you pay-to-play with "gamer girls". *HITC*. <https://www.hitc.com/en-gb/2020/03/11/e-girl-never-battle-alone-website-pay-to-play-gamer-girls/>

Spellings, Sarah. (2020). What is an E-girl? *The Cut*. 28 februari. <https://www.thecut.com/2020/02/what-is-an-e-girl.html>

Strage, Fredrik. (2020). Tiktok har blivit en generator för de nya och unga subkulturerna. *Dagens nyheter*. 11 december. <https://www.dn.se/kultur/fredrik-strage-tiktok-har-blivit-en-generator-for-de-nya-och-unga-subkulturerna/>

TikTok. (2021). *Vårt uppdrag*. <https://www.tiktok.com/about>

Twitch. (2021). *Om oss*. <https://www.twitch.tv/p/sv-se/about/>