



LUNDS
UNIVERSITET

Det nya digitala: sociala medier, kidfluencers och klädideal

En forskningsstudie om hur klädideal för barn har påverkats av sociala mediers introducerande.

Therese Håkansson

Avdelningen för modevetenskap

Institutionen för kulturvetenskaper

Lunds Universitet

MODK63, 15 hp. Examensarbete för kandidatexamen, vt 2025

Handledare: Nafiseh Mousavi

Innehåll

1. Inledning.....	4
1.1 Problemformulering.....	5
1.2 Syfte samt frågeställningar.....	5
1.3 Kritiskt förhållningssätt till kidfluencers samt en problematisering kring uppsatsen.....	6
1.4 Påverkan på svenska barn.....	8
1.5 Avgränsning.....	9
2. Teorier.....	10
2.1 Celebritetsskapande, Från Strindberg till Asllani (om celebritetskultur).....	10
2.2 Michel Foucault och mode som diskurs.....	12
2.3 Erving Goffman och mode som teater.....	13
2.4 Butler och en annan form av performativt mode.....	14
3. Tidigare forskning.....	15
3.1 Historiska trender för barn i Sverige.....	15
3.2 Barn och ungas influencers- en fokusgruppsstudie.....	16
3.3 Researching children and childhood in the digital age.....	18
4. Metod.....	19
4.1 Intervjustudie.....	19
4.2 Netnografi.....	21
5. Analys.....	22
5.1 Analys av innehåll instagram: Lionel och Lunabelle Lundell samt Malle Nilsson.....	23
5.2 Analys av empirimaterialet.....	26
5.3 Barnens klädstilar.....	26
5.4 Sexualiserat barnmode.....	27
5.5 Tankar om fenomenet mommy and me.....	28
5.6 Tankar om Lionel och Lunabelle Lundell samt Malle Nilsson.....	29
5.7 Tankar kring kidfluencers/barninfluencers samt om barnens påverkan.....	31
5.8 Könskodade barnkläder.....	32
5.9 Avsaknad av ett barnperspektiv samt koppling till teori och tidigare forskning.....	33
6. Slutsats.....	35
6.1 Framtida forskning.....	37
7. Bilagor.....	38
7.1 Intervjupersoner.....	39
7.2 Intervjufrågor.....	40
7.3 Intervjucitat.....	41
Källförteckning.....	47

Essay title: The new digital: social media, kidfluencers and clothing ideals. A research study on how children's clothing ideals have been affected by the introduction of social media.

Abstract:

The digitalisation and introduction of social media is a factor that today affects children's lives a lot. So called "kidfluencers" are a phenomenon that is booming and that is becoming more and more frequent. The aim of this essay is to look into the impact that social media and "kidfluencers" may have on children in Sweden today.

An interview study has been done, in which parents and educators of children aged 6-10 were asked questions regarding this mentioned topic, but also on some more topics that has a connection to clothing ideals but also touches on the topic of children's exploitation on the internet.

Apart from the interview study, a study of 3 instagram-accounts belonging to 3 swedish kidfluencers has been done: Lionel and Lunabelle Lundell as well as Malle Nilsson (via the instagram account owned by his mother). In this way the reader can get an idea of what type of content may be presented on these accounts.

Connecting the material gained from the interview study together with previous research and the theories presented, this essay will provide new information on a phenomenon that has very recently started to arise, and so is still very much untreated as a subject. This essay will also have a focus on the fashion-part of the phenomenon, looking into how specifically clothing ideals for children is affected, but the essay will also touch on the theme of "kidfluencers" in large, as well as the likes of digitalisation and exploitation.

Keywords: kidfluencers, social media, digitalisation, clothing ideals, interview study, phenomenon

1. Inledning

År 2024 kom folkhälsomyndigheten med nya rekommendationer gällande skärmtid för barn. Rekommendationerna är att barn under 2 år inte bör använda digitala medier alls, barn 2-5 år max 1 timme per dygn, barn 6-12 år max 1-2 timmar per dygn samt barn i åldrarna 13-18 år max 2-3 timmar per dygn. En annan av rekommendationerna är att åldersgränserna för sociala medier alltid skall efterföljas.¹

Dock ser ofta verkligheten annorlunda ut. När SVT gjorde en undersökning bland elever i årskurs fyra på Taheskolan i Taberg så uppgav nästan halva klassen att de är uppkopplade sex timmar per dag och har svårt att stänga av det digitala även när de uppmanas till att göra det.² Sociala medier har idag blivit en stor del av många barns liv, och med denna introduktion har det också dykt upp så kallade "kidfluencers", vissa med över miljoner följare, på diverse olika sociala medier-plattformar, en hel del av dessa med en inriktning på kläder och skönhet. I denna roll fungerar kidfluencers ofta som trendsättare gentemot andra barn.³

Några exempel på "kidfluencers" som är bland de största rent följarmässigt (den 8:e april 2025) är:

16-åriga Txunami Ortiz, med över 5 miljoner följare på instagram och 4.99 miljoner följare på Youtubekanalerna,

8-åriga tvillingssystrarna Taytum och Oakley Fisher, med över 3 miljoner följare på instagram och 127 tusen följare på Youtubekanalerna samt

11-åriga, James Tucker, eller som han främst kallas "Lil" James Tucker, med över en miljon följare på instagram och 79.1 tusen följare på youtube.⁴

¹ Folkhälsomyndigheten. "Rekommendationer för en balanserad skärmanvändning bland barn", *Folkhälsomyndigheten*,

<https://www.folkhalsomyndigheten.se/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/2024/september/rekommendationer-for-en-balanserad-skarmanvandning-bland-barn/#:~:text=digitala%20medier%20inte%20tr%C3%A4nger%20undan.%C3%A5r%20max%202%E2%80%93%20timmar>. (Hämtad 8:e april 2025).

² Linda Mathillas, "Elever spenderar mer tid på sociala medier- stör skolarbetet", *Svt Nyheter*, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/jonkoping/larare-upplever-att-elever-har-allt-svarare-att-koncentrera-sig> (Hämtad 8:e april 2025).

³ Olivia Parker, "Kidfluencers: The rise of pint-sized digital trendsetters", *Campaign*, 31/1, 2018, <https://www.campaignasia.com/article/kidfluencers-the-rise-of-pint-sized-digital-trendsetters/442444> (Hämtad 28:e maj 2025).

⁴ Feedspot, "Top 100 kid influencers in 2025", *Feedspot*, https://influencers.feedspot.com/kids_instagram_influencers/ (Hämtad (8:e april 2025)).

Även om fenomenet är betydligt större i exempelvis USA så har vi även i Sverige börjat få så kallade “barninfluencers”.

1.1 Problemformulering

I dagens samhälle har digitaliseringen och sociala medier fått en väldigt central roll, och letat sig allt längre ner i åldrarna, med så kallade “kidfluencers” som även till väldigt små barn skapar ett ideal (och kanske även en hets) kring hur barn skall klä sig idag.

Mot bakgrund av detta så vill jag se hur den här introduceringen har letat sig ner i åldrarna. Genom en intervjustudie med skolpersonal och föräldrar till barn i åldern 6-10 år vill jag få en insikt i vad de anser om de klädideal som sprids till barnen som de arbetar med samt deras egna barn. Genom att samtidigt analysera det innehåll som sprids hos några av våra svenska barninfluencers med hjälp av metoden netnografi fördjupas kunskapen kring fenomenet “kidfluencer” i sig, och vilka typer av ideal som kan spridas genom detta fenomen.

Genom att belysa detta område får vi en bredare kunskap om hur den här typen av påverkan kan vara problematisk även för yngre barn. Det undersökta ämnesområdet har en relevans för modevetenskapen då det tittar på klädideal för barn, och specifikt mode och klädideal för barn är ett relativt outforskat ämnesområde. Dessutom är det sällan forskningen tittar på eventuell påverkan på barnen när trender sprids. Där är min avsikt att uppsatsen skall fylla en del av den lucka som finns i forskningsfältet. Samtidigt går det att konstatera med hjälp av en del av uppsatsens tidigare forskning att trender och ideal som sprids till barn inte är ett outforskat fenomen- utan snarare att hur trenderna sprids har förändrats.

1.2 Syfte samt frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att bidra med kunskap om föräldrars samt skolpersonals tankar om barninfluencers och de klädideal som sprids till barnen idag. Genom att som ett komplement även analysera innehållet hos svenska barninfluencers kommer uppsatsens innehåll även att bidra med kunskap kring kidfluencer/barninfluencer fenomenet i en svensk kontext, dels genom analys av innehållets utformning men även genom att undersöka innehållets påverkan.

Mina frågeställningar är som följer:

- Hur anser föräldrar och skolpersonal att klädideal hos barn påverkas av sociala medier?
- Vad är de intervjuades tankar om fenomenet kidfluencers/barninfluencers?
- Vilken roll kan mode spela i de analyserade barninfluencernas innehåll?
- Hur påverkas barnen av barninfluencers i rollen som konsumenter?

1.3 Kritiskt förhållningssätt till kidfluencers samt problematisering kring uppsatsen

I min uppsats vänder jag mig inte direkt till barnen. Detta är viktigt att problematisera, dels under hela uppsatsprocessen men kanske framförallt när slutsatser skall dras och resultat skall presenteras. De vuxna som intervjuas får aldrig ersätta eller tala för barnen, och det är viktigt att framhäva att jag i min uppsats kommer att sakna ett tydligt barnperspektiv. Syftet med min uppsats blir därmed att förvisso lyfta ett ämne som berör barn i allra högsta grad, men som lyfts utifrån ett vuxet perspektiv.

Problematismen kring min avsaknad av barnperspektivet kommer att presenteras vidare i analysdelen.

Samtidigt är det viktigt att framhäva varför det blir svårt att vända sig direkt till barn. När barn används som intervjupersoner skapas det etiska dilemman. Dels krävs det särskilt tillstånd som inte kan tillhandahållas inom uppsatsens tidsram. Dels är det också svårare vid en intervju med ett barn än med en vuxen att vara lika säker på att samtycke ges till 100%, då barnet kanske inte är medveten om vad den faktiskt tackar ja till att medverka i. Barn kan också pressas från exempelvis vårdnadshavare att svara på frågor på ett visst sätt, en problematik som sällan uppstår i samma grad vid en intervju med en vuxen. Det är faktorer som dessa som gör att det är att föredra i min uppsats att vända mig till vuxna.

Jag är medveten om, när jag skriver denna uppsats, att jag själv har ett väldigt kritiskt förhållningssätt till fenomenet kidfluencers, vilket också kommer att färga uppsatsens innehåll. Här nedan följer exempel på kritik som riktats mot exploatering av barn på internet, ett exempel på ett fenomen och två stycken uppmärksammade fall av barnexploatering på youtube, för att presentera andra perspektiv på fenomenet och dess eventuella efterverkningar i verkligheten.

Children making big money: The implications of kidfluencing as new form of child labor. I denna artikel lyfter författarna Liselot Hudders & Emma Beuckels det faktum att forskning har visat att föräldrar som i alltför stor grad delar innehåll på sina barn på internet, utsätter barnen för en risk. Samtidigt lyfts det i artikeln problemets komplexitet, och hur föräldrarna ofta är en liten del i ett stort nät som de stora internetföretagen styr över. I artikeln lyfts det vidare problematiken kring hur pengar skall fördelas när barnet är med och skapar innehållet, då även detta är en komplex fråga där avvägningar kan vara svåra att dra- och även artikelförfattarna själva lyfter upp vikten av att mer forskning kring detta område behöver göras.⁵

Sephora kids- namn på ett fenomen som spridits på framförallt sociala medier och som uppmärksammar barn som besöker Sephora. Problematiken som lyfts fram är dels att barnen handlar skönhetsprodukter som de är alldeles för unga för att behöva (och som till och med kan vara skadliga för dem), och dels att de beter sig väldigt illa i butiken, genom att exempelvis förstöra testprodukter, tränga sig i kön och på andra sätt uppvisa ett störande beteende i butiken. En del av de märkena som dessa barn konsumerar mest av, såsom *drunk elephant* och *elf*, har också kritiserats för att rikta sig till en väldigt ung målgrupp i sin marknadsföring.⁶

Ruby Franke och Tiffany Smith är 2 fall av föräldrar som exploaterat sina barn på internet, där det båda gångerna slutat i tragedi.

I Ruby Frankes fall hade hon från början en youtube-kanal vid namn *8 passengers* tillsammans med sin man Kevin, där hon visade upp deras samt deras 6 barns liv. Idag sitter Ruby Franke fängslad tillsammans med sin affärspartner Jodi Hildebrandt och riskerar upp till 30 års fängelse för flera fall av barnmisshandel. Redan under youtube-kanalens mest populära period fick Ruby ofta kritik för sin barnuppfostringsstil, och i efterhand har hennes äldsta dotter Shari dels menat på att hennes mamma hade våldsamma tendenser långt innan situationen blev till ett rättsfall, men hon har också riktat stark kritik mot den typ av innehåll som sprids i typiska “familjevlogg”-kanaler på sociala medier.⁷

⁵ Liselot Hudders & Emma Beuckels, *Children making big money: The implications of Kidfluencing as new form of child labor*, Journal of children and media, nr. 4, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17482798.2024.2404729> (Hämtad 21:e maj 2025)

⁶ Mia Taylor, ‘Sephora kids’ and the booming business of beauty products for children, BBC, 22 januari 2024

⁷ Tyler Piccotti, “The story of Ruby Franke’s chilling spiral from popular “momfluencer” to convicted felon”, *Biography*, 4/4, 2025, <https://www.biography.com/crime/a60319774/ruby-franke-story> (Hämtad 28:e maj 2025).

Tiffany Smith är mamma och tillika “momager” till youtube-stjärnan Piper Rockelle. I efterhand har Tiffany stämts av andra barn och/eller vårdnadshavare till barn som medverkat på Pipers kanal som en del av *The Squad*, Pipers kompisgäng på hennes youtube-kanal där de medverkar i videor tillsammans, och ofta gör skämtsamt innehåll, så kallade *pranks*. Barnen och/eller vårdnadshavarna har stämt Tiffany för flera fall av trakasserier, ofredande och övergrepp, samt för utebliven betalning och orimliga arbetsförhållanden. Innehållet i videor på Pipers kanal, både som hon lagt ut med *The Squad* men även på egen hand, har ofta kritiserats för sitt sexuella och sensuella innehåll, där en del av kritiken legat i att barnen tvingats ha på sig väldigt sexuellt mode och posera på ett olämpligt sätt i videorna. Stämmingsansökan kulminerade i att Tiffany skulle betala nästan 2 miljoner dollar till berörda parter.⁸

1.4 Påverkan på svenska barn

Enligt en lista som telia har sammanställt från förra året så är några av de största influencer-profilerna som följs av barn i Sverige i åldern 6-12 år bland annat Tomu och Yumi, Nattid, Pewdiepie, Gurkis, Iza & Elle och The Swedish Family.⁹

En uppföljning av rapporten *Unga, medier och psykisk ohälsa*, genomförd av Statens medieråd, tittar på sådant som sociala mediernas påverkan på barn och ungas psykiska hälsa men även hur barn och unga påverkas av att följa influencers. Åldern som studerats är 9-18 år. I hela åldersspannet går det att se ett samband mellan sämre psykisk hälsa vid ett större användande av sociala medier, mobilen och användande av internet generellt.¹⁰

När det kommer till sambandet mellan att följa en influencer och nedsatt psykisk hälsa så gick det att finna ett samband i rapporten mellan de flickor som hade ett nedsatt psykiskt välmående och som samtidigt följde en influencer, samt hos de pojkar med nedsatt psykiskt välmående som var i åldern 9-12. Däremot gick inget sådant samband att finna hos tonårspojkarna.¹¹

⁸ Zoey Lyttle, “Tiffany Smith allegedly sent underage daughter Piper Rockelle’s ‘stalker’ photos in exchange for gifts”, *People*, 11/4, 2025, <https://people.com/tiffany-smith-allegedly-encouraged-underage-daughter-piper-rockelles-stalker-by-sending-him-photos-in-exchange-for-gifts-11711126> (Hämtad 28:e maj 2025).

⁹ Telia. “14 svenska influencers som är barnens favoriter”, *Telia*, <https://www.telia.se/artiklar/livsstil/14-svenska-influencers-som-ar-barnens-favoriter> (Hämtad 28:e juli 2025).

¹⁰ Yvonne Andersson, *Unga, medier och psykisk ohälsa- uppföljning 2020, under Covid-19 pandemin*, Statens medieråd, Värnamo, 2022, s. 9

¹¹ Andersson, 2022, s. 12

Förutom att olika medier kan påverka barn på olika sätt kan också andra aspekter spela roll när det kommer till hur den psykiska hälsan påverkas. Detta kan vara faktorer så som det egna användningssättet och handhavandet av medierna (exempelvis hur mycket tid som läggs på sociala medier), andra användares (antisociala) beteenden (ett sådant exempel är internetmobbing), mediernas innehåll (exempelvis exponering för orealistiska utseendeideal) samt medieteknikens funktionssätt (som ofta är utformat på ett sätt som "tvingar" användaren att ständigt vara närvarande i sociala medier.)¹²

När det kommer till problemet med mobbing på internet så går det att se en koppling till kroppen och ideal. Dels på så sätt att de som utsatts för nätmobbing i högre grad känner ett missnöje över sin kropp och sitt utseende, men även på så sätt att mobbingen ofta sker för att den utsatta inte lever upp till de krav som ställs på rådande könsnormer och utseendeideal.¹³ Bland de barn som följer en influencer så fanns det i åldersspannet 9-12 år ett starkt samband mellan att följa en influencer och att känna en stark stress men även att känna sig olycklig och nedstämd. Bland barnen i åldersspannet 13-18 år fanns det däremot inte ett lika klart samband mellan den psykiska hälsan och att följa en influencer, även om det även i detta fall fanns en större andel som kände sig mer stressade som också följde en influencer.

För övrigt visade rapporten att pojkar i högre grad följer humor och gamingkanaler likt Pewdiepie och MrBeast, medan flickor oftare följer kanaler med livsstilsrelaterat innehåll, såsom Therese Lindgren och Bianca Ingrosso.¹⁴

1.5 Avgränsning

Jag har valt att avgränsa mig till åldersgruppen 6-10 åringar som den åldersgrupp vars tankar om kläideal, kidfluencers och dylikt via föräldrar och skolpersonal skall undersökas. Detta då jag anser att barn i den åldern börjar uppfatta saker som ideal och trender runt sig, och skapa sina egna tankar kring detta. Samt att de, enligt min upplevelse, mer börjar influeras av vad deras kompisar har på sig än barn som är i en yngre ålder än så. Samtidigt kan det fortfarande vara så

¹² Andersson, 2022, s. 19

¹³ Andersson, 2022, ss. 23-24

¹⁴ Andersson, 2022, ss. 123-124

att föräldern väljer kläder åt sina barn i den åldern, vilket är varför jag har valt att ha en av frågorna kring just hur involverad barnet är när det görs klädinköp till det. Jag har valt att intervjua totalt 6 stycken personer, 3 föräldrar och 3 skolpedagoger. Denna avgränsning har jag gjort för att få in lika många perspektiv från de båda tillfrågade grupperna.

I min intervjugrupp är det hälften kvinnor och män. Min avgränsning till specifikt 6 stycken intervjupersoner är för att det inte skulle bli för överväldigande tidsmässigt inom ramen för en kandidatuppsats, med transkribering och tid som behöver läggas på intervjuerna, samt att jag var mer intresserad av intervjuens innehåll än antal genomförda intervjuer.

2. Teorier

Det som skrivs angående celebritetskultur i *Celebritetsskapande, Från Strindberg till Asllani*, har valts som relevant teori för att förklara varför vissa personer idoliseras, och vad det kan vara för faktorer som gör att vissa personer uppnår berömmelse och anses viktiga att efterfölja, vilket går att applicera enkelt på det kändisskap som kidfluencers uppnår.

Michel Foucaults teori om mode som diskurs används för att förklara hur våra modeval ofta är underliggande och kan vara omedvetna. Det kan förklara behovet av att klä sig på ett visst sätt, utan att det kanske går exakt att förklara behovet, och är en relevant teori för att förklara de olika val som barn kan tänkas vilja göra när det kommer till sitt modeuttryck.

Erving Goffmans teori om mode som teater är en relevant teori för att förklara varför vi människor har ett behov av att passa in genom våra klädval, och inte vill sticka ut utan vara anpassningsbara. Teorin kan vara ett sätt att belysa och förklara varför just vissa stilar för barn kan vara mer populära och behovet som barn kan ha av att vilja passa in och följa de riktningar som ges för modet.

2.1 *Celebritetsskapande, Från Strindberg till Asllani (om celebritetskultur)*

En celebritet/kändis definieras som en person som uppbär en särskild social status. Personen tillhör en social samhällselit, men saknar samtidigt ofta formell makt. Sociologen Chris Rojek menar på att celebriteter definieras som personer som påförs status genom verkande i det

offentliga, medan professor Graeme Turner pekar på att transformationen från en offentlig person till en celebritet sker vid den tidpunkt då det mediala intresset förskjuts från rollen i det offentliga till detaljerna om privatlivet.¹⁵

När det kommer till skillnaden mellan ordet kändis och celebritet så är det en skillnad som författarna till kandidatuppsatsen *Kändis eller inte kändis, det är frågan* tar upp i sin uppsats. De menar på att en celebritet är lite mer förnäm än en kändis, och kan vara exempelvis en kunglighet. Författarna pekar också på att det i vår tid finns en större utsträckning av så kallade B-och C-kändisar, vars kändisskap kan vara kortvarigt och där bara delar av allmänheten känner till personen i fråga.¹⁶ Det finns också en skillnad mellan de två begreppen berömmelse och celebritetskap. Det förstnämnda handlar om offentligt erkännande, har en lång historia och är kopplat till en produktionskultur, medan det andra är förknippat med konsumtionskultur och hänvisar framförallt till den massmediala uppmärksamhet och synlighet som huvudsakligen har genererats genom film och teve.¹⁷

Forskning rörande celebritetens/kändisens framväxt är inte helt enig om när detta härstammade. Mycket forskning daterar ursprunget till 1800-talets mitt och slut, men även både senare och tidigare än så. Professor Fred Inglis har hävdats att fenomenets framväxt är ”högst 250 år gammal”.¹⁸

I analyser av celebritetskulturer försöker hur människor använder, påverkas av och dras till kända individer och deras medierade representationer att förstås. Elizabeth Bird och John Langer har i sina studier av celebritetsorienterade nyheter tittat på mediernas berättelser om celebriteter som “moderna myter”, som i sin tur blir en resurs för människor i deras självförståelse och ett sätt att hantera omvärlden. Detta perspektiv likställs med tidigare former av orala kulturer, såsom folksagor och ballader. Socialpsykologiska teorier har i sin tur tittat på hur människor införlivar mediepersonligheter i sina liv. Med denna teori fungerar berömda personer som

¹⁵ Torbjörn Forslid et al, *Celebritetsskapande från Strindberg till Asllani*, Lund, Mediehistoria Lunds Universitet, 2017, s. 143

¹⁶ Charlotte Billkär & Sandra de Brun Kenk, *Kändis eller inte kändis, det är frågan!*, Södertörn, Södertörns högskola, 2013, ss. 2-3

¹⁷ Forslid et al, 2017, s. 219

¹⁸ Forslid et al, 2017, ss. 116-117

förebilder/”modeller”, för beteenden och identiteter.¹⁹ I en gruppdiskussion genomförd av Cecilia von Feilitzen och Peter Petrov inom projektet ”Mediernas betydelse för identitet och demokrati” noterades en intressant motsatt position hos deltagarna, där de både kunde känna avsky och medlidande samt både avstånd och närhet gentemot de diskuterade kändisarna.²⁰

Michel Foucault och mode som diskurs: *Diskursens ordning* berör Michel Foucault och hans teori om diskurser, vilket även är applicerbart på modet. Modets diskurs eller diskursivt mode handlar helt enkelt om att det finns olika berättelser om mode och att mode i sin tur ger upphov till berättelser. Språket hänger på olika sätt samman med hur vi förstår det sociala och där ingår inte minst mode och klädmodet. Hur vi talar om kläder påverkar vidare hur dessa kläder uppfattas. Våra val är sällan fria utan det vi gör, säger och tänker bestämdes långt innan vi haft en chans att göra något åt det.²¹

Diskursen är det offentliga meningsskapande samtal som utgör allt som sägs och skrivs i ett ämne. Diskursanalys handlar i sin tur om att rekonstruera organisationen av de meningsskapande utsagorna. Det är alltså själva meningsskapandet som studeras, och inte, för att ta modeexemplet, det specifika plagget.²² Foucault menar förvisso på att dessa styrande diskurser finns, men att de inte är underliggande eller eviga.²³

Modediskursen bestämmer vårt sätt att tala om klädmodet, vårt sätt att uppfatta samma mode och även i slutändan vårt sätt att klä oss. Vi är alltså långt ifrån fria att klä oss som vi vill, utan klädvalen är redan bestämda. Detta kan förklara hur vi som konsumenter kan gå från att ena stunden skratta åt ett plagg för att stunden senare uppleva plagget som det snyggaste som finns. Inom Michel Foucaults diskursteori studeras institutioner och deras uppdelning. Det skapas en avvikare, som samtidigt blir det som de andra inte är. På samma sätt kan det fungera inom modebranschen, där det exempelvis kan skapas listor som berättar vem som är bäst eller sämst klädd, eller vad som är ”inne” eller ”ute”.²⁴

¹⁹ Forslid et al, 2017, ss. 74-75

²⁰ Forslid et al, 2017, s. 88

²¹ Michel Foucault, *Diskursens ordning*, Stockholm, Brutus Östlings bokförlag symposion, 1993, s. 15

²² Foucault, 1993, ss. 6-7

²³ Foucault, 1993, ss. 10-11

²⁴ Foucault, 1993, ss. 25-26

När det kommer till fenomenet makt är det någonting som Foucault menar på att vi inte har, utan att det istället är något som utövas. Som i exemplet när en chefsdesigner tillträder sin tjänst, då hänger den personens makt samman med ämbetet och makten upprätthålls genom att bete sig i enlighet med vad diskursen föreskriver. Makten skapas med andra ord genom praktiker. Foucault är i sin teori mer intresserad av att studera hur maktrelationer kan förstås, snarare än vem som specifikt har makt.

Begreppet *governmentality* är ett sätt att styra som bygger på suveränitet. Michel Foucault menar på att vi alla är med om att skapa, och återskapa, den samhälleliga makten. I detta tankesätt presenteras också paradoxen att ju mer en människa lär känna sig själv, ju mer ofri blir den. Om detta tankesätt appliceras på modet skulle det kunna förklara begreppet modeslaven. Trots att personen har en enorm kunskap om modevärlden är den helt och hållet ofri på så sätt att personens materiella konsekvenser styr personens hela liv.²⁵

2.3 Erving Goffman och mode som teater

Jaget och maskerna, en studie i vardagslivets dramatik av Erving Goffman, används för att titta på mode som teater. Goffman menar på att vi hela tiden spelar olika roller när vi rör oss i det sociala. Vårt sätt att uttrycka oss genom våra kläder blir därmed ett sätt att styra vilka intryck vi sänder ut. Goffman skiljer vår uttrycksförmåga genom två olika typer av teckenaktiviteter: det som sänds ut- vilket är kommunikation i traditionell bemärkelse, och det som överförs- som istället är de aktiviteter som kan sägas vara agerande. Det är just dessa aktiviteter som primärt intresserar Goffman: de teatraliska, situationsbundna, icke-verbala och oavsiktliga typerna av aktiviteter.²⁶

När vi iklär oss våra olika roller är det också viktigt att vara den vi utger oss för att vara. Därav finns det ett behov hos människor att passa in i det sociala samspelet. När vi, vid eventuella överförande av uttryck misslyckas med detta genom exempelvis att snubbla, försöker upprätthålla vår definition av situationen så kallar Erving Goffman detta för försvarsåtgärder,

²⁵ Foucault, 1993, ss. 35-36

²⁶ Erving Goffman, *Jaget och maskerna*, Lund, Studentlitteratur AB, 2014, s. 16

medan det upprätthållande vi å andra sidan gör åt någon annan benämns som beskyddande åtgärder eller taktkänsla.²⁷

När det gäller den kollektiva representationen så menar Goffman att detta är våra speciella roller som vi har i våra yrken eller i andra sociala situationer, roller som personer sällan avviker ifrån eller bryter mot. Vi förhåller oss alltså till vissa redan fastslagna roller och bekräftar vissa fasader genom vårt agerande. Detta kallar Goffman vidare för dramaturgiskt förverkligande.²⁸

Något som kan ske i de sociala interaktionerna är så kallade missuppfattningar, när det helt enkelt tolkas in mening i gester eller rörelser som är helt tillfälliga. Missuppfattningen har ofta sin orsak i en liten, men ändå betydelsefull gest, ord eller oskyldig handling. Men det är just att gesten/ordet eller handlingen skiljer sig från den officiellt projicerade rollen som gör att missuppfattningen uppstår eftersom det då skapas en klyfta mellan den officiella projektionen och verkligheten.²⁹

Teamframträdande är det sätt som personer samarbetar på för att framställa en rutin. I detta framträdande kan det både finnas avsikt att sabotera framställningen hos den andra genom olämpligt uppträdande, men det kan också vara ett teamframträdande som är förenat genom förtrolighet. I modevärlden finns det många exempel på team, exempelvis modeller på catwalken eller fotografen i sitt samarbete med moderedaktören på en modetidskrift. I vissa fall kan dock en klädskapare vilja ha total kontroll och själv fixa allt från ljussättning till val av modeller.³⁰

2.4 Butler och en annan form av performativt mode

En annan person som talar om en annan typ av performativt mode är Judith Butler, som menar att vi genom performativitet skapar våra kön. Detta med bland annat modet. Detta kan förklara varför en kvinna som får en hög maktposition inom näringslivet förväntas vara anpassningsbar med sin klädsel för att passa sin roll som kvinna i den maktpositionen, samma sak med en manlig VD för ett börsbolag som förmodligen skulle väcka mycket åsikter om han dök upp på

²⁷ Goffman, 2014, s. 21

²⁸ Goffman, 2014, s. 37

²⁹ Goffman, 2014, s. 182

³⁰ Goffman, 2014, s. 86

bolagsstämman i en klänning. Butler menar att detta inrutade och normativa sätt att se på mode och kön går att förändra, men att förändringen måste ske inifrån.³¹

3. Tidigare forskning

Till min tidigare forskning har jag valt att använda mig av Viveka Berggren Torells avhandling *Folkhemmets barnkläder*, detta för att kunna presentera några av de klädtrender som har spridits till barn historiskt i Sverige, och hur dessa har spridits ut till barnen.

Barn och ungas influencers- en fokusgruppsstudie är en studie genomförd av mediemyndigheten och som undersöker olika faktorer som gör att barn väljer att följa specifika influencers, men som också berör barnens egna tankar och eventuella längtan efter att bli influencers. Denna studies resultat är valt för att där kunna lyfta fram barnens egna tankar och perspektiv på ett fenomen som berörs genomgående i uppsatsen.

Slutligen så behandlar *Researching children and childhood in the digital age* ämnet barns digitala identiteter, och i texten lyfts både positiva och negativa effekter av detta ämne. Denna artikel är relevant för det studerade uppsatsämnet och visar också på komplexiteten i ämnet barn och olika digitala medier.

3.1 Historiska trender för barn i Sverige

I sin avhandling *Folkhemmets barnkläder* skriver Viveka Berggren Torell om en del av de stilar som gällde att anamma för det moderiktiga klädda barnet.

Det var ett fördömande av det parisiska snabbmodet som gällde runt 1950-talet, och att klä sina barn i för stora kläder som barnet kunde växa i ansågs omtänksamt och riktigt medan att klä barnet i snabbmodet ansågs vara “skrytsamt demonstrerande”. Bilden av den lilla franska “modedocken” hade mycket likheter med det sena 1800-talets dekorativa barn, vars kläder skulle vara av dyrt material, i komplicerat snitt samt rikt dekorerade- detta var alltså ett klädideal som fördömdes.³²

³¹ Judith Butler, *Genustrubbel*, Göteborg, Bokförlaget Daidalos AB, 2007, s. 25

³² Viveka Berggren Torell, *Folkhemmets barnkläder*, Göteborg, Arkipelag förlag, 2007, s. 177 & 180

När det kommer till den syn som rådde på det gulliga, näpa och “nätta” barnet så fanns det en tydlig könsskillnad. Shirley Temple blev en stor barnmodeikon för just det gulliga och näpa barnmodet. Hon blev karaktäristisk både för att hennes utseende i sig blev en personifiering av det gulliga barnet, men också för de klänningar som hon bar som blev omåttligt populära och helt enkelt såldes som så kallade Shirley Temple-klänningar.³³ På samma sätt som det parisiska snabbmodet fördömdes gjorde även barn som ansågs vara för fåfänga även det.³⁴

Synen på pojkars klädsel under 1950-talet vilade på tankesättet att pojkar skulle vara mindre klädintresserade än flickor, men desto mer beroende av kompisarnas gillande och åsikter kring klädseln. Pojken ansågs vara en person som mycket tidigt i livet gavs rättighet att uttala sig om sin klädsel. Medan kläderna till flickorna som tidigare nämnts mest skulle vara nätta och gulliga så var det mer viktigt att kläderna till pojkarna var mer korrekta och raka.³⁵

3.2 Barn och ungas influencers- en fokusgruppsstudie

När begreppet kidfluencers används i forskningsstudier så handlar detta om barn som är influencers men det pekar även på en vilja som kan finnas bland barn att vilja bli mer kända på nätet. Mycket av de budskap som förmedlas hos kidfluencers handlar om att uppmuntra till konsumtion, och det finns också en betydelse hos följaren att känna en känsla av relaterbarhet, vilket gör att kidfluencers, likt andra influencers, försöker skapa en närhet till sina följare.³⁶

I fokusgruppsstudien, genomförd via Mediemyndigheten, redovisas resultatet i fyra underrubriker.

I den första underrubriken studeras det närmare specifikt: vem/vad är av betydelse när det kommer till vilka barn ser som relevanta influencers. Det kan konstateras att det finns en stor variation i vilka influencers de tillfrågade barnen väljer att följa, samt vilket innehåll som produceras hos dessa influencers. När det kommer till vem som barnen definierar som en influencer är även svaren där varierade. Det var dock vissa fasta faktorer som barnen

³³ Berggren Torell, 2007, s. 182

³⁴ Berggren Torell, 2007, s. 184

³⁵ Berggren Torell, 2007, s. 185

³⁶ David Cardell et al, *Barns och ungas influencers – en fokusgruppsstudie*, Mediemyndigheten, Stockholm, 2024, s. 12

kännetecknar med influencers oavsett: de är igenkännbara, har spridning, strävar efter genomslag och att få följare.³⁷

I den andra underrubriken studeras det istället: varför barnen väljer att följa just de influencers de gör. Något som gick att konstatera i samtliga tillfrågade grupper var att det ofta följdes en influencer som var kopplad till ett personligt intresse.³⁸ Att på olika sätt bli inspirerad av influencern sågs också som en stor anledning till att följa den. Det uppmärksammades också en könsskillnad kring vad olika barn följde och var intresserade av, där en deltagare menar på att killarna mest spelade tv-spel och då specifikt fortnite, medan tjejerna hängde mycket mer på tiktok.³⁹

I den tredje underrubriken studeras det: hur hanteras det personliga och gemensamma flödet i vardagen? Här diskuteras den press de tillfrågade barnen känner för att hålla sig uppdaterade, men även att de ibland väljer att följa specifika influencers för att deras kompisar följer samma och barnen då känner en press att göra detta.⁴⁰

Och slutligen i den fjärde underrubriken studeras det: hur de tillfrågade barnen ser på influencers. Många lyfte att det finns en skillnad i hur relationen är till en influencer jämfört med till en kompis, och att en följare inte känner en influencer "på riktigt". Däremot kan vissa influencers med ett mycket relaterbart innehåll skapa en starkare känsla av närhet gentemot sina följare i och med att innehållet är så igenkänningsbart.⁴¹

När det kommer till ämnet skönhetsideal så lyfte många av de tillfrågade barnen att det finns en problematik i att influencers visar upp ett väldigt tillrättalagt ideal som sällan överensstämmer med verkligheten, och som kan pressa barn och ungdomar till att själva vilja se ut så eller känna sig otillräckliga i sitt utseende.⁴²

³⁷ Cardell et al, 2024, ss. 22-23

³⁸ Cardell et al, 2024, s. 24

³⁹ Cardell et al, 2024, s. 28

⁴⁰ Cardell et al, 2024, ss. 30-31

⁴¹ Cardell et al, 2024, ss. 34-35

⁴² Cardell et al, 2024, s. 36

När det kommer till marknadsföring som influencers gör för produkter så kunde intresset för att handla produkten vara väldigt beroende av dels vad det är för produkt men också vem influencern är som marknadsför den. Vissa av de tillfrågade barnen uttryckte att det dels kunde vara problematiskt att exempelvis köpa marknadsförda skönhetsprodukter som de i sin unga ålder inte behövde, men även att vissa barn och ungdomar köpte marknadsförda produkter för alldeles för höga summor. Det fanns också ett kritiskt tänk kring att vissa influencers gjorde lite av en "falsk" marknadsföring, genom att exempelvis marknadsföra en skönhetsprodukt som jättebra och effektiv fast mycket av utseendet redan är fixat av skönhetsingrepp.⁴³

3.3 Researching children and childhood in the digital age

I den studie som artikelförfattarna i sin text genomfört tittar de på olika elevers 'digitala identiteter'. En tjej som de följer, Megan, gör som en del i sin utveckling av sin 'digitala identitet' en förändring i att skära ner sina facebook-kontakter till enbart personer hon faktiskt känner, detta för att värna om "sitt offentliga ansikte". Hennes twitter användes för privat kommunikation tillsammans med en liten grupp nära vänner, men på hennes tumblr, där anonymitet ges, kunde hennes mest personliga information delas. Detta visade sig också genom att författarna enbart snabbt fick titta på Megan's tumblr, medan de utan problem fick lov att studera hennes sovrum, så väl som facebook och twitter-profil.⁴⁴

Den nya digitala eran ger barn en möjlighet att "skriva sig själv till varande"⁴⁵ på ett sätt som tidigare generationer inte har kunnat. Precis som Megan's beslut med sin facebook-sida så har barn idag en helt annan möjlighet att skapa sin identitet och eventuellt ett 'nytt jag' via digitala medel, medans barn i tidigare generationer kanske gjorde samma sak genom dagboksskrivande eller en hemlig koja i trädgården.

Men i skapandet av sin digitala identitet kan det ibland ske stora risktaganden. Ett projekt som NSPCC genomförde visade på bilder som spreds mellan tonåringar, bilder av en väldigt sexuell karaktär. Dessa bilder visade sig också kunna användas av pojkar för att pressa flickor till

⁴³ Cardell et al, 2024, ss. 38-40

⁴⁴ Sonia Livingstone & Alicia Blum-Ross, "Researching children and childhood in the digital age", i Pia Christensen och James Allison, *Research with children: Perspectives and practices*, Routledge, Abingdon, 2017, s. 4

⁴⁵ Livingstone & Blum-Ross, 2017, s. 12

sexuella tjänster, det skapade press kring flickors självbild och rykte i sin kompisgrupp, och kulturen kring att dela, gilla och därmed “tävla” om bekräftelsen, eggade upp pressen ytterligare. Slutsatsen drogs efter projektets genomförande att den digitala tidsåldern förstärker traditionella tonårsproblem, lägger till nya risknivåer, skapar nya metoder för tvång eller trakasserier men skapar samtidigt också nya möjligheter att kunna dokumentera alla övertramp och därmed också kunna ställa sin förövare till svars.⁴⁶

Identiteter är sociala, kontextuella, relationella och alltid under utveckling. I den digitala tidsåldern och en alltmer nätverksbaserad värld blir det allt svårare att separera den privata identiteten och den offentligt visade identiteten. Denna tidsålder har också skapat mer observerbara sociala nätverk. En ungdoms “följarlista” på facebook och hur denna kan vara fördelad på exempelvis ålder eller geografisk spridning kan säga mycket om den unga personens liv. Dessutom delger de digitala spår som lämnas i det interpersonella livet på nätet, exempelvis det som personen uttryckt i chattar, ytterligare information. Dessa nya synliga bevis på sociala relationer skapar dels nya forskningsmöjligheter för att studera barn och barndomen samtidigt som det också skapar nya etiska dilemman.⁴⁷

4. Metod

4.1 Intervjustudie

Enligt Monica Dalén i boken *Intervju som metod* så betyder ordet intervju egentligen en “utväxling av synpunkter” mellan två personer som samtalar om ett visst tema. Intervjuns syfte är att få fram träffande och beskrivande information om hur andra människor upplever olika sidor av sin livssituation. En intervju kan vara den huvudsakliga metod som används när kunskap samlas in, men kan också vara en hjälpmetod som istället kompletterar annat insamlat forskningsmaterial.⁴⁸

⁴⁶ Livingstone & Blum-Ross, 2017, s. 5

⁴⁷ Livingstone & Blum-Ross, 2017, s. 6

⁴⁸ Monica Dalen, *Intervju som metod*, 2. uppl, Malmö, Gleerups utbildning AB, 2015, s. 14

Jag kommer att genomföra en intervjustudie med semistrukturerade intervjuer. Denna intervjuform innebär att den som utför intervjun har samtalet inriktat på bestämda ämnen som är utvalda i förväg.⁴⁹

Något som är centralt vid genomförandet av en kvalitativ intervjustudie, där intervjuaren och den svarande möts personligen, är respondentens rätt till konfidentialitet. Den svarande måste kunna känna trygghet i att uppgifterna som lämnas ut är sekretessbehandlade och inte kan spåras tillbaka till den svarande. Detta kan bli svårbalanserat i vissa fall för intervjuaren eftersom det kan uppstå en svår kontrast mellan att dels få fram trovärdiga resultat samtidigt som den svarande skall få vara anonym.⁵⁰ I min intervjustudie såg jag till att säkerställa detta genom att jag var noggrann med vilka uppgifter som skulle förekomma i presenterat material, genom att säkerställa till intervjuade föräldrar att eventuellt nämnande av barnens namn vid genomförd intervju skulle anonymiseras samt att samtliga intervjuade innan intervjun fick skriva på en samtyckesblankett och därmed ge sitt godkännande till både att intervjun genomfördes samt hur materialet efteråt behandlades.

Det är av yttersta vikt vid genomförande av intervjuer att intervjuaren verkligen lyssnar till och visar ett genuint intresse för det som den svarande berättar. Detta intresse kan visas både genom ögonkontakt, icke-verbal kommunikation men även genom verbala kommentarer.⁵¹ Ett annat sätt som underlättar för att intervjun ska gå smidigt till är att tänka på frågornas utformning. Frågor skall vara ställda på ett sådant sätt att det får den som intervjuas att vilja öppna sig och med egna ord berätta om sina upplevelser. En fråga som ber den intervjuade att beskriva något är ofta bra frågor. Genom att ha dubbel inspelning igång på både mobil och dator under de genomförda intervjuerna kunde full uppmärksamhet ges till den intervjuade och jag slapp anteckna under intervjun. Ett annat sätt som jag såg till att hålla igång engagemanget på vid min genomförda intervjustudie var genom att ständigt försöka be personerna utveckla när det kändes som att svaret kunde diskuteras vidare. Jag försökte också lyfta egna tankegångar vid flera tillfällen för att "bolla" med den intervjuade kring den personens egna tankar runt den lyfta tankegången, men utan att för den sakens skull påtvinga mina tankegångar på den intervjuade.

⁴⁹ Dalen, 2006, s. 34

⁵⁰ Dalen, 2006, s. 27

⁵¹ Dalen, 2006, s. 42

Följande kriterier är bra att reflektera över innan genomförandet av intervjuerna:

- Är frågan klar och otvetydig?
- Är frågan ledande?
- Kräver frågan speciell kunskap och information som den svarande kanske inte har?
- Innehåller frågan alltför känsliga saker som den intervjuade vägrar att uttala sig om?⁵²

Detta var kriterier som jag försökte ha med mig framförallt vid framtagandet av intervjufrågorna. Ämnena som diskuteras vid intervjuerna och som kommer att presenteras lite mer strax nedanför, kan vara ämnen som de intervjuade har olika mycket förkunskap om, vilket var viktigt att ha i åtanke när intervjufrågorna togs fram. Utöver detta omformulerade jag också intervjufrågor som jag skrev från början, då dessa frågor kändes alltför ledande.

Min intervjustudie genomfördes vid 4 olika tillfällen. De 3 första intervjuerna genomfördes med skolpedagoger på deras arbetsplats vid ett och samma tillfälle. Därefter genomfördes intervjuerna med föräldrar vid 2 tillfällen på deras arbetsplatser och vid sista intervjutillfället hemma i personens hem.

Intervjufrågorna berör följande ämnen: stilen hos barn på den intervjuades arbetsplats/de tillfrågade föräldrarnas barn, om det upplevs som att barn idag klär sig annorlunda än den intervjuade gjorde som barn, om "könskodning" på barnkläder, de intervjuades tankar om kidfluencers/barninfluencers samt om de tror att barnen påverkas av dessa personer, de intervjuades tankar om fenomenet mommy and me, tankar om specifikt barninfluencerna Lionel och Lunabelle Lundell och Malle Nilsson samt specifikt till föräldrarna en fråga rörande hur mycket inflytande barnet har när det görs klädinköp till barnet.

4.2 Netnografi

Forskningsmetoden netnografi har tagits fram i och med frågor och utmaningar som har uppstått med det ökande antalet digitalt medierade sociala interaktioner på nätet. Ordet är en sammanskrivning av orden internet (eller nät) och etnografi. Netnografi kan användas både för att förstå internet som ett redskap i sig men också för att teckna och förstå internetns sociala och

⁵² Dalen, 2006, s. 36

kulturella liv.⁵³ Martin Berg menar på i boken *Netnografi- att forska om och med internet* att internet numera har blivit tydligt integrerat i människors vardagsliv. Han menar till och med på att det går att se internet som en definierande struktur i människors sociala samspel eftersom många människor numera föredrar digitalt medierad kommunikation framför att kommunicera ansikte mot ansikte.⁵⁴

När forskningens synsätt på internet började förändras, och internet mer började ses som en del av människors identiteter och sociala rum, bidrog detta också till en problematik som uppstod kring att använda traditionella etnografiska metoder vid studerande av internet. Internet började istället ses som en arena där det var möjligt att i sanning komma nära människor på ett helt annat sätt än någonsin tidigare.⁵⁵ Annette Markham är en forskare som undersökt mer specifikt just sammanlänkningen mellan online och offline. Deltagarna i hennes genomförda studie *Life online: researching real experience in virtual space* upplevde inte sina liv på nätet som helt frikopplade från sina liv offline- utan snarare att deras existens på nätet rörde sig tvärs över den gräns som sägs finnas mellan online och offline⁵⁶.

Internet har blivit en etablerad del av allt fler människors liv, och därmed har den också fått en direkt påverkan, i vissa fall, på hur människor lever sina liv. Internet har gjort det möjligt för vem som helst som äger exempelvis en smartphone eller en youtubekanal att kunna bli kändisar utan att behöva gå via någon etablerad kanal för detta- likt de barninfluencers vars närvaro på internet jag valt att analysera och vars analysresultat nu kommer att presenteras.⁵⁷

5. Analys

Följande analysdel kommer att vara uppdelad i två olika delar: först följer en kortare analys av instagram-kontona hos de 3 barninfluencers som senare också förekommer i intervjufrågorna: Lionel och Lunabelle Lundell och Malle Nilsson.

Därefter följer en analys av det material som kommit fram under de genomförda intervjuerna och som därmed utgör det empiriska materialet.

⁵³ Martin Berg, *Netnografi- att forska om och med internet*, Lund, Studentlitteratur AB, 2015, s. 10

⁵⁴ Berg, 2015, s. 19

⁵⁵ Berg, 2015, ss. 36-37

⁵⁶ Berg, 2015, ss. 39-40

⁵⁷ Berg, 2015, s. 65

De teman som diskuteras och som har blivit underrubriker är följande: barnens klädstilar, sexualiserat barnmode, tankar om fenomenet mommy and me, tankar om Lionel och Lunabelle Lundell samt Malle Nilsson, tankar kring kidfluencers/barninfluencers samt om barnens påverkan och könskodade barnkläder.

Intervjufrågorna samt en kort redogörelse för intervjupersonerna finns som bilagor i slutet av uppsatsen. De transkriberade intervjuerna i sin fulla längd finns i forskarens ägo. Samt att citaten som valts ut till del 2 av analysen finns med som bilagor, samtliga i sin fulla längd. Vissa av citaten i uppsatsen har förkortats, det här har gjorts för att undvika talspråk och bidra till ett bättre flöde i texten.

5.1 Analys av innehåll instagram: Lionel och Lunabelle Lundell samt Malle Nilsson

Varför är de utvalda kontona relevanta att analysera?

Jag har valt att analysera innehåll på instagram tillhörande dels Joakim och Jonna Lundells barn Lionel och Lunabelle samt Malle Nilsson, son till Claudia Behnan Nilsson. Lionel och Lunabelle känns relevanta att analysera då deras föräldrar är ett av Sveriges största influencerpar med en otroligt stor räckvidd, samt att båda barnen i princip sedan födseln exponerats på internet och därmed väldigt tydligt kan klassas som barninfluencers. Malle Nilsson känns relevant att studera då mycket av det innehåll han figurerar i har en tydlig mode och skönhetskoppling, samt att hans könsöverskridande uttryck är en aspekt som varit central i innehållet och känns relevant i uppsatsen. Som bilagor kommer jag att lägga in bifogade bilder från Instagram, för att tydligare visa på vilket innehåll som kan figurera på de respektive kontona (barnens ansikten kommer att vara censurerade).

Lionel och Lunabelle Lundell: Lionel och Lunabelle Lundell är barn till influencerparet Joakim och Jonna Lundell. Paret driver den mycket framgångsrika youtubekanalerna Familjen Lundell, som i dagsläget (2025-05-11) har 1.15 miljoner följare. Föräldrarna driver barnens egna instagramkonton, och Lionel Lundell har 103 000 följare på sitt instagramkonto, Lunabelle har 197 000 följare på sitt.

Lionel Lundells instagram: När det kommer till Lionel Lundells instagramkonto så är det enbart 3 inlägg som har lagts ut år 2025:

- En bild på Lionel med sin lillebror Lilou med bildtexten: Lillebrorsan som nu också blivit storebror. På denna bild är Lionel klädd i en beige/vitrandig skjorta.
- En bild på Lionel i skridskorinken med bildtexten: Lionel har åkt skridskor för första gången. På denna bild är Lionel klädd i skridskor och hockeyhjälm samt en grön mjukisdress som ser ut att ha ett mönster föreställande gröna fotbollar.
- En bild på Lionel bredvid sin storasyster Lunabelle med bildtexten: Lunabelle har gjort en robot till Lionel. På bilden är Lionel klädd i en blå skjorta samt gråa byxor som ser chinos-aktiga ut, och är iklädd en dräkt av tjockt kartongpapper som skall föreställa roboten. Lunabelle är klädd i en guldig prinsessklänning.

Av Lionels 3 inlägg publicerade det här året, så är det inlägget med hans lillebror som har fått flest likes och kommentarer, med drygt 65 000 likes och 429 kommentarer.⁵⁸

Lunabelle Lundells instagram: Det är samma antal mängd inlägg som har lagts ut på Lunabelle Lundells instagramkonto år 2025, alltså 3 stycken:

- En bild på Lunabelle med sin lillebror Lilou med bildtexten: Den bästa storasystemen man kan tänka sig! På bilden är Lunabelle klädd i en grön klänning.
- En bild på Lunabelle med bildtexten: Idag gick vi upp kl 06 för att åka skridskor. På bilden är Lunabelle klädd i skridskor och hockeyhjälm samt en leopardmönstrad mjukisdress och rosa vantar.
- En bild på Lunabelle med bildtexten: När man duschat med stil. På bilden är Lunabelle klädd i en rosa badrock, solglasögon samt en handduk virad om håret (förmodligen för att torka håret.)

Av Lunabelles 3 inlägg publicerade det här året, så är det inlägget med hennes lillebror som har fått flest likes och kommentarer, med drygt 45 000 likes och 402 kommentarer.⁵⁹

⁵⁸ Instagram tillhörande Lionel Lundell (drivs av Joakim och Jonna Lundell), (Hämtad 11:e maj 2025)

⁵⁹ Instagram tillhörande Lunabelle Lundell (drivs av Joakim och Jonna Lundell), (Hämtad 11:e maj 2025)

Youtubekanalen Familjen Lundell: Lionel och Lunabelle Lundell förekommer även väldigt frekvent på familjen Lundells youtubekanal. Det kan vara i videor som rör allt ifrån dagsutflykter till badhus eller när familjen går på cirkus, till första mötet med nyfödda syskonet Lilou. Det kan vara videor med väldigt spridda känslor hos barnen, och allt från skratt till aggressiva känslouttryck dokumenteras på kanalen. När jag har granskat samtliga videor från kanalen som publicerats de senaste 5 månaderna (fram till och med datumet 2025-05-11) så kan jag konstatera att utav 69 publicerade videor så förekommer Lunabelle på 62 av videorna, och Lionel på 64 av dem.⁶⁰

Malle Nilsson (son till influencern Claudia Behnan Nilsson): Malle Nilsson är son till influencern Claudia Behnan Nilsson, och förekommer ofta på hennes instagram samt tiktok. Malle har blivit känd för sin könsöverskridande stil, där han som pojke älskar att klä sig i klänningar, ha långa naglar, sminka sig och liknande. Detta är någonting som mamma Claudia stolt backat på sina kanaler.

Claudia Behnan Nilssons instagram (mamma till Malle Nilsson): Claudia Behnan Nilsson är en flitig instagrammare. Hon har för tillfället drygt 80 000 följare och hittills i år (fram till och med datumet 2025-05-11) har hon 97 publicerade inlägg på Instagram. Av dessa är det 30 stycken som Malle Nilsson förekommer på. Inläggen som han förekommer på berör till stor del hans könsöverskridande uttryck, dels hennes tankar om detta, men även intervjuer, artiklar och om andras reaktioner på Malles könsöverskridande stil. En hel del av inläggen är inlägg där Malle poserar, ofta i klänningar, ibland ensam och ibland med sin mamma. En del av inläggen som Malle förekommer på är också från familjens vardagsliv, och kan vara när han ligger och vilar på soffan, så väl som när de är iväg på olika äventyr och resor.⁶¹

Lionel och Lunabelle Lundell samt Malle Nilssons roll som klädinfluencers: Även om Lionel och Lunabelle Lundell definitivt kvalificerar in som klassiska barninfluencers, så är inte deras innehåll speciellt fixerat på mode eller andra former av skönhetsuttryck. Båda barnen är iklädda väldigt typiska barnkläder, det är ofta förekommande utklädnader, mjukiskläder eller

⁶⁰ Youtubekanal tillhörandes Familjen Lundell, <https://www.youtube.com/@JockeJonna/videos>, (Hämtad 11:e maj 2025)

⁶¹ Instagram tillhörande Claudia Behnan Nilsson, (Hämtad 11:e maj 2025)

annat bekvämt barnmode, och inte “vuxenmode” gjort för barn, utmanande barnkläder eller dylikt. Det förekommer inte en massa sminkning eller avancerade hudvårdsrutiner hos någon av barnen.

Malle Nilsson å andra sidan har en mer tydlig roll som klädinfluencer. Dels fungerar han som en modeförebild som genom att bryta mot könstypiska kodningar inspirerar andra till att våga ett mer androgynt uttryck. Dels förekommer han ofta i en “modellroll” på sin mammas sociala medier. Det är mycket videor med posering, videor där han sminkar sig eller på andra sätt där stilen blir det centrala i innehållet.

Därmed går det absolut att konstatera att medan alla 3 nämnda exemplen är barninfluencers/kidfluencers, så har Malle Nilsson en mer tydlig modeinriktad roll, och sprider mer tydliga klädideal genom det innehåll som han förekommer i.

5.2 Analys av empirimaterialet

5.3 Barnens klädstilar

När det kommer till vilka klädstilar skolpedagogerna upplevde att barnen hade i skolan så uppgavs det att fanns en stor variation i klädstilen hos barnen.

Klädstilarna som beskrevs hos de barn vars föräldrar jag intervjuade beskrevs ofta som ett bekvämt mode. Som en av de intervjuade föräldrarna uppgav, respondent 6, att barnet “hade aldrig gillat tigha kläder.”⁶² Medan exempelvis en av de andra två intervjuade föräldrarna, respondent 4, uppgav att barnet “är även mycket med komfort så hon hatar jeans och allting som inte har mjuk midja.”⁶³ Det skall dock tas i beaktande att de föräldrar jag intervjuade samtliga var skeptiska till ett “vuxenmode för barn” vilket också påverkar hur barnen kläs. Samtliga av de tillfrågade föräldrarnas barn hade eget inflytande över sitt klädval, även om det kunde finnas en skillnad i hur stort inflytande barnen gavs, samt att saker som kostnaden för plagget kunde avgöra. En av de intervjuade föräldrarna, respondent 6, uppgav att när det kom till barnets

⁶² Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

⁶³ Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

inflytande så hade den inflytande över “allt. Jag köper aldrig kläder till henne längre för hon var aldrig nöjd...”⁶⁴

5.4 Sexualiserat barnmode

Många av de intervjuade uttryckte en oro över att barnmodet blir mer och mer sexualiserat. Respondent 2, som arbetar som skolpedagog, kunde notera en stor skillnad i att modet är mer sexualiserat för tjejerna:

Men så fort värmen kommer nu så kommer... Det lite mer... Jag kan märka att det finns en skillnad på killar och tjejer. Det är mer avklätt på tjejerna där det blir tunna... och det kryper ner i åldrarna. Vet inte om det kan vara svar på din fråga, men det är liksom mer lättare kläder med tunna linnen... har även upptäckt liksom att BH kommer till och med ner på lågstadiet.⁶⁵

En annan informant, respondent 4, noterade i egenskap av förälder hur det fanns ett sexualiserat beteende bland flickorna och hur detta också kunde avspeglas i modet:

De bara poserar och ett tag så skulle hon nästan twerka som någon slags rolig grej och jag blev så här... Jag kan inte riktigt förklara för henne varför jag blev så provocerad av det, varför det inte var lämpligt att... Och nu när jag då köper en del vuxenkläder till henne så är jag ju ändå väldigt noga med... Att det inte ska vara... Ja kläder som sexualiserar.

I en annan del av intervjun uttrycktes frustration över det sexualiserade barnmodet till specifikt flickor: “Och nu du vet barntrosor... Det är så lite tyg på dem.”⁶⁶

Just specifikt badkläder var ett exempel som samtliga av de intervjuade föräldrarna kände en oro över. Det kunde låta så här:

Respondent 6: “Baddräkt körde vi ju jättelänge. Det är inte förrän... Ett år sen, två max som hon fick bikini...”⁶⁷

⁶⁴ Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

⁶⁵ Respondent 2, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

⁶⁶ Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

⁶⁷ Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

Respondent 4: “Det är inget fokus på komfort vad gäller flickor liksom...”⁶⁸

Respondent 5: Men jag tycker det är problematiskt att det är så pass tidigt. Just nu har jag en diskussion med vår dotter som vill ha bikini till sommaren. Vilket jag vet jag har pratat med även min fru som är väldigt överens om också... Det tycker vi är väldigt problematiskt och någonstans sexualiserande på en 6-åring.⁶⁹

5.5 Tankar om fenomenet mommy and me

En av de tillfrågade respondenterna, respondent 1, var den enda som uttryckte en positiv reaktion gällande fenomenet mommy and me, och svarade följande angående sina tankar om fenomenet:

Ja, men jag kan tycka det är lite gulligt och jag har försökt matcha mig både med mina söner och dotter i den mån de själva tycker det är ok. Vilket kanske inte de tycker är ok upp mot... Ja killarna skulle nog inte sätta på sig något matchande från åtta års åldern medans dottern kanske kan tänka sig något år längre? Men ett gulligt fenomen, precis som att man matchar barnen med kläder..⁷⁰

Respondenten uttryckte dock vidare att det borde finnas en motsvarighet även för pappor, daddy and me.

Respondent 2 uttryckte istället en stor oro över fenomenet:

“Jag tänker att då gör vi barn till vuxna. Jag tänker det är negativt. Vi låter heller inte barnens egna tankar och... Kring både kläder och vem jag är framförallt identiteten...”⁷¹

Respondent 3 pekade på problem som kan uppstå i stilkrocken mellan mammans och barnets stil:

“Ja tänk om mamma är alltså?... Det är fortfarande barn vi snackar om tänk om mamma har ett välbetalt jobb. Hon ska gå och köpa märkeskläder till sin unge kom igen...”⁷²

När det kommer till vad de tillfrågade föräldrarna ansåg om fenomenet så var det rakt igenom en negativ inställning till det, med reaktioner som:

⁶⁸ Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

⁶⁹ Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

⁷⁰ Respondent 1, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

⁷¹ Respondent 2, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

⁷² Respondent 3, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Respondent 4: “Det låter som jättetröttsamma mammor.”⁷³

Respondent 5: Separera sig själv från sina barn generellt så att de även om de inte är det nu, så ska de ju bli självständiga individer och inte bara vara till för förälderns egen tillfredsställelse eller glädje eller ekonomi emellanåt... Som det väl tyvärr blir... Om du tänker att göra en avbild av sig själv... Ja, då är man väl ute på ganska fel spår, tänker jag.⁷⁴

Respondent 6: “Löjligt. Låt ungen ha vad den vill ha.”⁷⁵

Det uppgavs främst oro för att fenomenet att klä sitt barn som en minikopia av sig själv skulle kväva barnets förmåga att skapa sin egen identitet, samt att barnet skulle kläs i alldeles för vuxet mode som inte är lämpligt att klä barnet i.

5.6 Tankar om Lionel och Lunabelle Lundell samt Malle Nilsson

När det kommer till kännedom om Lionel och Lunabelle Lundell så var det hälften av de tillfrågade intervjuade som kände till namnen sedan tidigare, men samtliga kände till namnet Joakim Lundell.

Det var även hälften av de intervjuade som kände till namnet Malle Nilsson sedan tidigare, och då var det i samband med Malle Nilssons intervju och medverkan på nyhetsmorgon.

Synsättet på de olika barnen var rätt skilda, där de intervjuade generellt riktade skarpare kritik mot Lionel och Lunabelles exponering på sociala medier än Malle Nilssons. Detta kan dock ha flera olika faktorer. Bland annat det faktum att jag som intervjuare under intervjuerna kritiskt ifrågasatte det faktum att Lionel och Lunabelle har egna instagramkonton. Det kan också ha att göra med det faktum att det är stor åldersskillnad mellan barnen, samt att innehållet barnen förekommer i är väldigt skilt i sin natur (där Malle oftast förekommer i ett innehåll där han framhävs i det narrativ som verkar passa honom bäst, medan Lionel och Lunabelle istället dokumenteras mer eller mindre konstant).

⁷³ Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

⁷⁴ Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

⁷⁵ Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

När det kommer till Malle Nilsson så kunde det uttryckas åsikter så som:

Respondent 2: Malle tänkte jag när jag hörde det lilla jag hörde var bara... Jag blev avslappnad, jag andades... Jag tog djupa andetag faktiskt när jag lyssnade på han och så tänkte jag vilken cool mamma som sitter där bredvid som säger att nej, men nu är nu och så här är det nu och då mår han bra av det här så är det ok. Då tänkte jag, vilken fantastisk förälder och vilken stark människa han är. Så tänker jag.⁷⁶

Respondent 4: “Jag tyckte det var uppfriskande, liksom.”⁷⁷

Medan det däremot kunde uttryckas åsikter som dessa angående Lionel och Lunabelle Lundell:

Respondent 3: “Det bara slår mig: bortskämda. Det bara slår mig nu: bortskämda. Får allting de vill ha och sånt. Föräldrarna är väl stenrika så...”⁷⁸

Respondent 4: “Jag tycker att det är problematiskt med influencers som sedan har barn och har sina barn online alltid...”⁷⁹

Respondent 2: “Föräldrarna är ju inte riktigt medvetna om hur de spelar ut sina barn i det här, förlöjligar de... För det upplever jag att de gör, förlöjligas fast de gör det omedvetet föräldrarna, för de har kanske inte... Tänkt så långt, men... Det blir lite så... Utifrån rollen som förälder och så...”⁸⁰

I intervjuerna när just Lionel och Lunabelle Lundell samt Malle Nilsson diskuterades, gick även intervjuerna ofta in på exploatering av barn på internet.

Där var det bland de intervjuade föräldrarna samstämmigt ett kritiskt förhållningssätt till att exploatera barn på internet, och följande åsikter uttrycktes bland annat:

Respondent 6 samt respondents partner: “*Respondents partner*: Ja men du har ju också väntat med att lägga ut bilder på henne tills hon har godkänt det, och vill vara med.

⁷⁶ Respondent 2, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

⁷⁷ Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

⁷⁸ Respondent 3, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

⁷⁹ Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

⁸⁰ Respondent 2, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Respondent: Och då lägger jag inte ut mycket, det är mer om vi har gjort något jättekul.”⁸¹

Respondent 5: “Vi var överens. Jag och min fru var överens innan vårt första barn föddes... Att vi inte... Vi har inte lagt ut några bilder på några sociala medier på någon av dem någon gång och bett våra släktingar och inte göra det heller just för att de får möjlighet att ta ansvar för det när de är tillräckligt stora om de vill finnas eller inte.”⁸²

5.7 Tankar kring kidfluencers/barninfluencers samt om barnens påverkan

Det var rakt igenom ett kritiskt förhållningssätt till fenomenet kidfluencers/barninfluencers bland de intervjuade. Även här måste jag lyfta att mitt kritiska förhållningssätt till fenomenet säkert också färgade intervjuens innehåll, och hade jag intervjuat föräldrar till barn som faktiskt är barninfluencers så hade deras bild av fenomenet förmodligen varit väldigt annorlunda än min. Kritiken/oron kunde gälla många olika faktorer. Som ett specifikt fall där respondent 1 lyfte en tidigare elev som hade blivit rätt stor på internet och som sen inte kunde hantera vad det gjorde med personen:

“Vi hade faktiskt en elev här för fem, sex år sedan som var en stor youtuber, men fattade inte hur många följare han hade och när han väl fattade det när han började högstadiet så blev han en hemmasittare.”⁸³

Annars gällde det ofta oron kring att barnen inte vet vilka personer som finns ute på internet och vad personernas avsikt med att följa barnkonton kunde vara. Samt det faktum att det kan vara skadligt när väldigt stora summor pengar är i omlopp runt barn.

De intervjuade var samstämmiga kring att barnen påverkas av de ideal som sprids runt dem. Även om vissa av de intervjuade föräldrarna menade på att deras barn inte var påverkade av idealen än, så var de helt övertygade om att det kommer att komma en påverkan.

Det uttrycktes en oro om att det kunde finnas gruppträck och en vilja att socialt passa in, och att detta kunde vara svårt som barn att stå emot. Just specifikt det sexualiserade barnmodet men

⁸¹ Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

⁸² Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

⁸³ Respondent 1, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

även sexualiseringen av barn i stort, var ett ideal som både föräldrar samt skolpedagoger kände blev mer och mer vanligt och som de kände en stor oro kring, samt att barn kläddes i ett mode som var alldeles för vuxet för barn.

Det var också samstämmigt hos både de intervjuade skolpedagogerna samt hos de intervjuade föräldrarna att sociala medier är en plattform där olika former av ideal kopplat till barnens utseende sprids och där barnen lätt påverkas av dessa spridningar. Hos de intervjuade föräldrarna fanns det även tydligt en oro och en vaksamhet kring hur barnet skulle påverkas av sociala medier. Ingen av de intervjuade föräldrarna tillät användning av sociala medier för sina barn i nuläget. En av de intervjuade föräldrarna uppgav att barnet tidigast i 15-16 årsåldern skulle börja få tillgång till detta.

5.8 Könskodade barnkläder

När det kommer till huruvida respondenterna upplevde att barnkläderna var typiskt könskodade så var det enbart en av respondenterna som upplevde att barnkläderna numera var mindre könskodade än tidigare, och resonerade som följer: "Nej, jag tycker nog att det finns mer könsneutralt än när jag växte upp... Jag upplever inte att man kunde ha samma hoodie."⁸⁴ Annars upplevdes barnkläderna helt enkelt vara könskodade eller till och med mer könskodade än tidigare. Detta faktum var också någonting som det nästan samstämmigt rådde kritik mot. Det var i alla fall ingen av de intervjuade som uttryckte en positiv åsikt kring könskodade barnkläder.

Det var en av de intervjuade föräldrarna som uttryckte att barnet inte verkade bry sig om vad som var en typisk uppdelning utan klädde sig helt och hållet i det den kände för:

"Vi har ju faktiskt haft jackor som kanske egentligen har varit till killar/pojkar. Hon har ju tagit det hon tycker om. Och ibland har det nog inte varit riktigt tjejjacka."⁸⁵

Samtliga av de intervjuade föräldrarna tillät sina barn att klä sig i vilka kläder barnen ville, oberoende av om kläderna hade en typisk könskodning.

Bland annat uttrycktes följande kring denna fråga:

⁸⁴ Respondent 1, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

⁸⁵ Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

Respondent 5: “Vår son ville ha klänning under en ganska stor del mellan att han var tre och sex även på förskolan... Även gällande han har nu och har haft i många perioder, haft ganska långt hår också.”

Samma respondent lyfte dels tråkiga kommentarer som barnet fått, men även ett annat tråkigt exempel som det andra barnet fått utstå som en konsekvens av att gå emot den typiska könskodningen i sin klädstil:

Haft ett tråkigt exempel just det med socialt tryck också eftersom vår dotter fått arva en del kläder av sin storebror. En del kanske mer mörkare, mörkblåa färger och det gick ju så långt att hon gick och gömde en sån jacka för att hon tyckte det var fel färg så att den var borta i en månad... Tills vi hittade den hemma vart hon hade gömt den... För att då hade någon på skolan sagt att ”det är en ful färg, du skall ha lila/rosa.” Det är ju verkligen baksidan på det.⁸⁶

Även respondent 4 lyfte ett annat tråkigt liknande exempel som ett av barnen fått uppleva: Jag vet någon gång hans skor blev för små, det var lite så här, oh shit, du vet på morgonen så man får kolla i sitt lilla förråd och då hittade jag bara ett par som var så väldigt mörklila och fick honom till skolan i dem. Och sen några dagar senare så var han ledsn för att de hade sagt att du gillar Dolly style för du har rosa skor.⁸⁷

I båda dessa nämnda exempel hade barnen däremot fortsatt att bära de kläder de ville bära, oberoende av dessa kommentarer som framfördes.

5.9 Avsaknad av ett barnperspektiv samt koppling till teori och tidigare forskning

Det blir tydligt vid analys av empirimaterialet att det hade varit av stor nytta att kunna tillfråga barnen direkt, särskilt vid vissa av frågorna. Exempelvis när det kommer till varför barnen väljer att ha en specifik stil- så kan detta nog vara någonting som föräldrar och skolpedagoger kan ha svårt att helt ta reda på från barnet, även om de kan ha sin uppfattning om det.

⁸⁶ Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

⁸⁷ Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

En del av den tidigare forskning som jag har tittat på är fokusgruppsstudien *Barns och ungas influencers*, där kopplingen mellan influencers och barn noggrant studerats. I min genomförda intervjustudie går det att dra liknande kopplingar som har kunnat konstateras i fokusgruppsstudien. Något som kunde konstateras var att både de tillfrågade barnen i studien samt mina tillfrågade intervjupersoner ställde sig kritiska till delar av den marknadsföring och de stora pengar som kan vara i omlopp i barninfluencerbranschen. Både i intervju och fokusgruppsstudien uttrycktes en oro över skönhets/klädideal som spreds till barn och att dessa kunde förmedla en orealistisk bild av verkligheten till barnen som konsumerar innehållet. Slutligen går det också att finna kopplingar mellan båda studierna rörande att barn gärna följer influencers som har samma intresse som de själva.

En faktor som skulle kunna förklara varför barnen påverkas så mycket av de klädideal som finns runt dem, är den tidigare nämnda teorin av Michel Foucault, om mode som diskurs. Enligt Foucault är vi nämligen aldrig helt fria inför att klä oss som vi vill, utan det är någonting som redan är bestämt sedan innan- vilket skulle kunna förklara hur de sociala påtryckningar runt barnen tycks sätta upp förutbestämda regler för hur barnet "skall" klä sig.

Även Erving Goffmans teori om mode som teater- där han menar på att vi alla spelar olika roller när vi iklär oss vårt mode, och att behovet av att agera som just den förväntade rollen är stort hos människor för att passa in i den sociala gemenskapen- skulle kunna förklara varför det sociala trycket blir så stort och varför det upplevs som så svårt att gå emot detta tryck från omgivningen.

När det kommer till sociala mediers och influencers påverkan på den psykiska hälsan hos barn så är detta någonting som lyfts dels i den utvalda tidigare forskningen genom artikeln *Researching children and childhood in the digital age*, men också i den uppföljning av rapporten *Unga, medier och psykisk ohälsa* som berörs i inledningsdelen. Just detta ämne är av stor relevans- men har i empirimaterialet inte gått att göra en djupare analys av. Däremot kan det konstateras att framförallt de tillfrågade föräldrarna i intervjustudien uttrycker en oro över hur barnet kommer att påverkas/redan påverkas av sociala medier och influencers- därmed går det i empirimaterialet att konstatera att kopplingar kan finnas mellan mående och exponering för sociala medier och influencers.

När det kommer till de barn som togs upp som exempel i underrubriken könskodade barnkläder och som har fått lida negativa konsekvenser av att gå emot det typiskt könsnormativa, så hade det varit av stor vikt att få höra deras egna tankar om hur de känner kring att reaktionerna blir så stora. Att barnen i båda fallen väljer att fortsätta bära kläderna säger någonting trots allt, men det hade varit intressant att höra vad de tycker om dessa ideal i stort.

Judith Butler har i sin performativitetsteori kring hur vi genom performativitet skapar våra kön, berört konsekvenser vid överträdelser av det som förväntas av ens kön. Hon menar på att just performativitetsteori kan förklara varför vi agerar så typiskt förväntat utifrån vårt kön, men också varför det är så svårt att gå emot det som är typiskt ihopkopplat med ens kön. Just denna teori skulle därmed kunna vara med och förklara varför reaktionerna gentemot de barn som valde att gå emot det som typiskt förväntades klädmässigt av deras kön fick så starka reaktioner mot sig. Viveka Berggren Torell lyfter även hon i sin avhandling *Folkhemmets barnkläder* hur denna könsuppdelning i barnmodet sett ut historiskt. Det går därmed att kunna konstatera att en väldigt tydlig könsuppdelning inom barnmodet har funnits länge, vilket också skulle kunna hjälpa till att förklara varför det är så svårt att gå emot/bryta sig loss från denna uppdelning som barn. Butlers teori i kombination med Berggren Torells historiska perspektiv skulle kunna användas som en del av materialet för att kunna hjälpa till att förklara varför vissa barninfluencers kan känna ett stort behov av att klä sig könsnormativt.

Slutligen hade det varit intressant att få barnens direkta tankar om kidfluencers. I *Från Strindberg till Asllani* tas det bland annat upp exemplet med att celebriteter blir som “moderna myter”, och därmed ett sätt för människor att bland annat förstå omvärlden. Kanske är detta någonting barn som följer kidfluencers/barninfluencers relaterar till och kan känna igen sig i?

6. Slutsats

I denna uppsats har en intervjustudie samt en kortare innehållsanalys av tre utvalda instagramkonton genomförts för att titta vidare på fenomenet barninfluencers, men även för att undersöka ämnen såsom kläideal för barn, könskodade barnkläder, sociala mediers påverkan på

barnen (främst i form av vilka utseendeideal som sprids vidare till barnen därifrån) samt om exploatering av barn på internet.

När det kommer till uppsatsens frågeställningar så går det att dra följande slutsatser:

- De intervjuade anser att klädidealen hos barn påverkas av sociala medier till stora delar på ett negativt sätt. Den främsta oron som uttrycks är en spridning av ett väldigt vuxet mode för barn och ett mode som anses sexualisera barnen. Utöver detta anses sociala medier ha spelat en roll i att befästa könsnormer och att ha bidragit till att kläder för barn återigen anses ha blivit mer könsuppdelade.
- De intervjuades tankar om fenomenet kidfluencers/barninfluencers är rakt igenom negativt. I detta fall rörde oron mycket hur de barn som är barninfluencers påverkas av exploateringen, men även kring att barn som är så små i vissa fall drar in väldigt mycket pengar och vad konsekvenserna av detta kan komma att bli. Det kunde däremot finnas vissa nyansskillnader i hur det sågs på att överhuvudtaget låta barn figurera på sociala medier, där vissa av de intervjuade var rakt igenom negativa till detta medan andra ansåg att det kunde vara okej under vissa kontrollerade former.
- Det går att konstatera att när det gäller de analyserade instagramkontona så är det Malle Nilsson och det innehåll som han figurerar i som har en tydlig modeinriktning. Där spelar mode ofta en stor roll och blir en tydlig del av narrativet som framställs runt honom. Lionel och Lunabelle Lundell har mer ett tydligt barninriktat innehåll på sina instagramkonton och mode är inte någonting som spelar en viktig roll i deras innehåll.
- När det rör den sista frågeställningen blir det däremot svårt att, genom enbart den valda metoden, kunna konstatera huruvida barnen i sin roll som konsumenter faktiskt påverkas av dels de nämnda kontona, men även av barninfluencers överlag. Det lyfts i intervjuerna att vissa av barnen verkar vilja följa klädtrender, men om detta beror på att klädmodet spridits av en barninfluencer är som sagt svårt att kunna konstatera. Som nämnt tidigare har jag däremot gjort avvägningen att min valda metod är den lämpligaste för denna

uppsats, även om jag är medveten om att den inte omfattar alla faktorer som kan beskriva hur barn i rollen som konsumenter påverkas av barninfluencers.

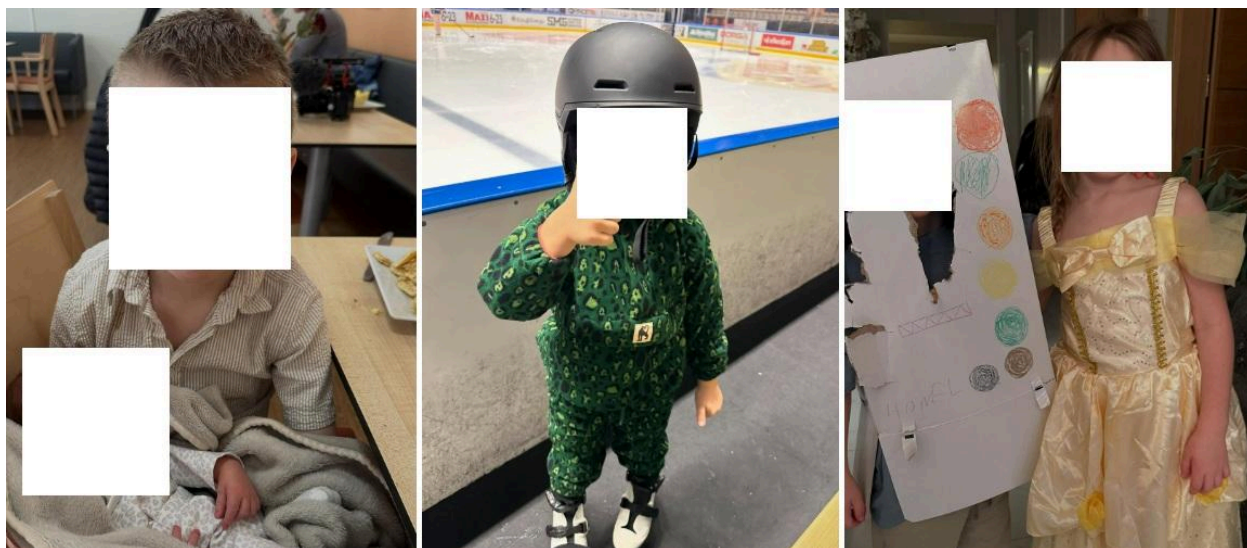
Avslutningsvis kan det empiriska materialet peka på vikten av att låta barn få vara barn. Det finns en risk i att barn, både genom att exploateras på internet men också genom att barn kläs i väldigt vuxet mode, därmed ges tillträde till alltför vuxna roller som de inte förstår konsekvenserna av. Därmed kan det också konstateras vikten av att detta ämne fortsätter utforskas.

6.1 Framtida forskning

Framtida forskning som berör samma forskningsfält som den här uppsatsen skulle kunna titta närmare på innehållet som barninfluencers producerar, genom exempelvis en semiotisk bildanalys. Det skulle då kunna tittas mer specifikt på enbart barninfluencers som rör sig inom modéfältet, för att mer kunna djupdyka i barnens roll som trendsättare inom detta fält. Den semiotiska bildanalysen skulle kunna kompletteras med att få fram tankar från de som väljer att följa denna barninfluencer, och vad det är som gör personen populär.

Det skulle också vara av vikt att få fram ett annat perspektiv på detta fenomen, genom att istället ha en intervjustudie med exempelvis föräldrar till barn som kan klassas som barninfluencers. Det skulle också kunna genomföras en studie av fenomenet såsom skönhetsävlingar för barn, där olika perspektiv lyfts, såsom föräldrarnas perspektiv som låter sina barn tävla i dessa sammanhang, kritikers perspektiv, perspektiv från andra involverade i dessa sammanhang, samt kanske ett perspektiv från en psykolog som pratar om effekter det kan ha på barnen rent psykologiskt- detta för att få ett så brett och allomfattande perspektiv som möjligt.

7. Bilagor



88



89

⁸⁸ Instagram tillhörande Lionel Lundell (drivs av Joakim och Jonna Lundell), (Hämtad 21:e maj 2025)

⁸⁹ Instagram tillhörande Lunabelle Lundell (drivs av Joakim och Jonna Lundell), (Hämtad 11:e maj 2025)



7.1 Intervjupersoner

En av de tillfrågade skolpedagogerna jobbar primärt med barn som är äldre än min tilltänkta åldersgrupp, men även barn som faller innanför åldersgruppen. Jag valde att ändå ha denna skolpedagog som en av de intervjuade för att ha en bredd i vilka olika sorters ämnesområden skolpedagogerna var aktiva inom.

Respondent 1: Kvinna 43 år, skolpedagog Helsingborgs stad.

Respondent 2: Kvinna 53 år, skolpedagog Helsingborgs stad.

Respondent 3: Man 29 år, skolpedagog Helsingborgs stad.

⁹⁰ Instagram tillhörande Claudia Behnan Nilsson, (Hämtad 21:e maj 2025)

Respondent 4: Kvinna 41 år, förälder till 2 barn.

Respondent 5: Man 38 år, förälder till 2 barn

Respondent 6: Man 37 år, förälder till 1 barn.

7.2 Intervjufrågor

Frågor till intervjustudie, skolpedagoger:

Inledningsfrågor: kön och ålder på den intervjuade.

Skulle du kunna berätta lite mer om ditt arbete, vad är din roll på arbetsplatsen och hur gamla är barnen som du arbetar med?

Vad är det för stil på kläderna som barnen har på sig på din arbetsplats?

Upplever du att barnen som du jobbar med idag klär sig annorlunda än vad du själv gjorde som barn? Om ja, varför tror du i så fall att det är så?

Tycker du att barnkläder idag är mer eller mindre typiskt "könskodade" än när du var ett barn? Om du upplever en skillnad, vad tror du isåfall att det beror på?

Vad är det för något du tänker på när du hör ordet kidfluencer/barninfluencer? Vad tycker du om detta fenomen? Tror du att barn påverkas av ideal som sprids via barn influencers?

Har du hört om fenomenet mommy and me? Vad har du i så fall för tankar om det?

Har du hört namnen Lunabelle & Lionel Lundell samt Malle Nilsson (här visas bildmaterial). Vad är det isåfall som du tänker på när du hör dessa namn?

Frågor till intervjustudie, föräldrar:

Inledningsfrågor: kön och ålder på den intervjuade samt kön och ålder på barnet/barnen.

(Sägs till föräldern innan intervjun: jag vill bara vara tydlig med innan vi påbörjar intervjun att eventuellt nämnda namn på ditt barn/dina barn kommer att anonymiseras.)

Hur skulle du själv beskriva klädstilen hos ditt barn/dina barn?

Upplever du att dina barns klädstil skiljer sig från hur du själv klädde dig när du var barn? Om ja, vad tror du i så fall att denna skillnad kan bero på?

Reflekterar du någonting kring om barnkläderna i affärerna/online är typiskt könskodade? Om ja, vad är i så fall dina tankar om detta?

Vad är det för något du tänker på när du hör ordet kidfluencer/barninfluencer? Vad tycker du om detta fenomen? Tror du att ditt barn påverkas av ideal som sprids via barn influencers?

Har du hört namnen Lunabelle & Lionel Lundell samt Malle Nilsson (här visas bildmaterial). Vad är det isåfall som du tänker på när du hör dessa namn? Tror du/vet du om ditt barn/dina barn känner till dessa namn?

I vilken utsträckning är ditt barn/dina barn med och påverkar när det skall göras klädinköp till det/dem?

Känner du till fenomenet mommy and me? Utifrån ett föräldraperspektiv, vad är dina tankar om detta?

7.3 Intervjucitat

Nej, nej. Jag tror bara att det har blivit så. Jag tror inte att där är något... Nej, hon har aldrig gillat tights kläder.- Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

Ehum... Hmm... Min dotter har alltid haft en väldigt så personlig stil som jag alltid har tyckt varit cool, liksom att det känns... Hon är väldigt noga med vad hon gillar, men... Men det har verkar inte ha så mycket att göra med hur alla andra ser ut. Så... Till exempel just nu så är det väldigt viktigt att byxor har vida ben. Hon är även mycket med komfort så hon hatar jeans och allting som inte har mjuk midja och jag är ju väldigt mycket att jag antingen syr själv eller köper

secondhand även till mina barn då. Så då har det blivit att jag har köpt väldigt mycket så här typ tantbyxor till henne. För nu börjar hon kunna ha även vuxenstorlekar i de mindre storlekarna.-

Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

Allt. Jag köper aldrig kläder till henne längre för hon var aldrig nöjd...- Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

Men så fort värmen kommer nu så kommer... Det lite mer... Jag kan märka att det finns en skillnad på killar och tjejer. Det är mer avklätt på tjejerna där det blir tunna... och det kryper ner i åldrarna. Vet inte om det kan vara svar på din fråga, men det är liksom mer lättare kläder med tunna linnen och... Så... Och har även upptäckt liksom att BH kommer till och med ner på lågstadiet.- Respondent 2, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

De bara poserar och ett tag så skulle hon så här nästan twerka som någon slags rolig grej och jag blev så här... Och jag kan inte riktigt förklara för henne varför jag blev så provocerad av det, varför det inte var lämpligt att liksom... Men just det här med kläder. Och nu när jag då köper en del vuxenkläder till henne så, så mås... Så är jag ju ändå väldigt noga med... Att det inte ska vara... Ja kläder som sexualiserar.- Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

Eller det blir för litet, men är för slitet, för jag vet att det kommer bara slängas om man ger det till välgörenhet liksom. Så då har det blivit att jag har sytt underkläder till dem av det istället. Och nu du vet barntrosor... Det är så lite tyg på dem så att nu så gillar min...- Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

Hon gillar t-shirtar och sånt där det är... Baddräkt körde vi ju jättelänge. Det är inte förrän... Ett år sen, två max som hon fick bikini. *Respondents partner*: det var väl förra sommaren?

Respondent: var det förra sommaren? *Respondents partner*: Ja men baddräkten skavde ju när vi var utomlands. Respondent: Ja just det. *Respondents partner*: så då fick vi köpa en bikini, men hon tyckte ju inte om den först. Respondent: Nej... Nej så det höll jag länge på... Jag ville inte att hon skulle ha bikini för tidigt.- Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

Precis, det är ingen... Det är inget fokus på komfort vad gäller flickor liksom.- Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

Nej men jag tycker det är... Det är väl ett par klädkedjor som har ja, men... pojk och flickavdelningar från väldigt tidig ålder, vilket väl också var för att vi stöttade jamen vår son... Det var väl inte bara hans val själv att testa klänningar rätt så tidigt. Det var praktiskt skönt och häftigt att snurra med klänningar med liksom... Men jag tycker det är problematiskt att det är, jamen så pass tidigt. Just nu har jag en diskussion med vår dotter som vill ha bikini till sommaren. Vilket jag vet jag har pratat med, amen även min fru som är väldigt överens om också... Det tycker vi är väldigt problematiskt och amen någonstans sexualiserande på en 6-åring.- Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

Ja, men jag kan tycka det är lite gulligt och jag har försökt matcha mig både med mina söner och dotter... eh i den mån... de själva tycker det är ok. Vilket eh kanske inte de tycker är ok upp mot... Ja killarna skulle nog inte sätta på sig något matchande från åtta års åldern medans dottern. Kanske kan tänka sig något år längre? Men ja ett gulligt fenomen, precis som att man matchar... Barnen med kläder.- Respondent 1, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Jag tänker att då gör vi barn till vuxna. Jag tänker det är negativt. Vi låter heller inte barnens egna tankar och... Kring både kläder och vem jag är framförallt identiteten får...- Respondent 2, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Egen stil, ja tänk om mamma är alltså?... Det är fortfarande barn vi snackar om tänk om mamma har ett välbetalt jobb. Hon ska gå och köpa märkeskläder till sin unge kom igen... Hon är typ fem sex år, liksom.- Respondent 3, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Ååååå. Det låter som jättetröttsamma mammor.- Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

Spontant på samma sätt som... Nu känner jag inte till de här två... Joakim Lundell, väldigt lite också... Ja, men och separera sig själv från sina barn generellt så att de även om de inte är det nu, så ska de ju bli självständiga individer och inte bara vara till för föräldrarnas egen tillfredsställelse eller glädje eller ekonomi emellanåt... Som det väl tyvärr blir... Om du tänker att göra en avbild av sig själv... Ja, då är man väl ute på ganska fel spår, tänker jag.- Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

Löjligt. Låt ungen ha vad den vill ha.- Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

Malle tänkte jag när jag hörde det lilla jag hörde var bara... Jag blev avslappnad, jag blev jag andades jag... Jag tog djupa andetag faktiskt när jag lyssnade på han och så tänkte jag vilken cool mamma som sitter där bredvid som säger att nej, men nu är nu och så här är det nu och då mår han bra av det här så är det ok. Då tänkte jag, vilken fantastisk förälder och vilken stark människa han är. Så tänker jag.- Respondent 2, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Förutom att jag tyckte det var uppfriskande, liksom.- Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

Eh... De här två. Det bara slår mig: bortskämda. Det bara slår mig nu: bortskämda. Får allting de vill ha och sånt. Föräldrarna är väl stenrika så...- Respondent 3, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Så nej, förutom det med de andra två barnen så är det väl mer att jag... Jag tycker att det är problematiskt med influencers som sedan har barn och har sina barn i, skärm, alltså i online alltid...- Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

Men liksom nej och och lite så här Youtube och så att... Att... Föräldrarna är ju inte riktigt medvetna om hur de spelar ut sina barn i det här, förlöjligar de inför... För det upplever jag att de gör, förlöjligas fast de gör det omedvetet föräldrarna för de har kanske inte... Tänkt så långt, men... Det blir lite så... Utifrån rollen som förälder och så då, ja...- Respondent 2, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Och säger att de är någon annan eller... Det finns så många fula fiskar på internet, det är helt galet. *Respondents partner*: Ja men du har ju också väntat med att lägga ut bilder på henne tills hon har godkänt det, och vill vara med. Respondent: Tills hon har ja... Och då lägger jag inte ut, och då lägger jag inte ut mycket, det är mer om vi har gjort något jättekul.- Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

Ja, nej, men vi var överens. Både jag eller jag.... Jag och min fru var överens innan vårt första barn föddes... Att det, vi inte... Vi har inte lagt ut några bilder på några sociala medier på någon av dem någon gång och bett våra släktingar och inte göra det heller just för att de får möjlighet att ta ansvar för det när de är tillräckligt stora om de vill finnas eller inte.- Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

Ja ja, men det tror jag absolut. Vi hade faktiskt en elev här för fem, sex år sedan som var en stor youtuber, men fattade inte hur många följare han hade och när han väl fattade det när han började högstadiet så blev han en hemmasittare. Ja, för att man hade inte räknat med den...- Respondent 1, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Nej, jag tycker nog att det finns mer könsneutralt än när jag växte upp... Jag upplever... Inte att man kunde ha samma hoodie.- Respondent 1, skolpedagog i Helsingborgs kommun, intervju, 22/4 2025

Ja alltså *namn på dotter* har ju faktiskt haft... Vi har ju faktiskt haft jackor som kanske egentligen har varit till killar/pojkar. Hon har ju tagit det hon tycker om. Och ibland har det nog inte varit riktigt tjejjacka.- Respondent 6, förälder till 1 barn, intervju, 1/5 2025

Vi har försökt vara väldigt öppna med båda våra barn, och läst rätt så mycket jamen böcker från, jamen från olika förlag bland annat, just för att inte försöka påverka så mycket, jamen vilka färger, vilken typ av kläder de ska ha. Jamen stötta dem och utmana dem mer också, till exempel när, jamen vår son ville ha klänning under en ganska stor del mellan att han var nämen tre och sex även på förskolan, trots ja, men det blev ganska tråkiga kommentarer... Även gällande jamen han har nu och har haft då i många perioder, haft ganska långt hår också.- Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

Ja, amen och det upplever jag absolut. Haft amen ett tråkigt exempel just med det med socialt tryck också eftersom har vår dotter fått ärva, amen fått ärva en del kläder av sin storebror. En del kanske mer mörkare, mörkblåa färger och det gick ju så långt att hon gick och gömde en sån jacka för att hon tyckte det var fel färg så att den var borta i en månad... Tills vi hittade den hemma vart hon hade gömt den... För att då hade någon på skolan sagt att ”det är en ful färg, du

skall ha lila/rosa.” Det är ju verkligen baksidan på det.- Respondent 5, förälder till 2 barn, intervju, 30/4 2025

Vad gäller min son så brukar jag bara försöka vara lite lyhörd på om det är något han inte gillar. Men än så länge så verkar det som att han, så länge så länge det är skönt och så så gillar han allt, jag vet någon gång hans, hans skor blev för små, det var lite så här, oh shit, du vet på morgonen så man får kolla i sitt lilla förråd och då hittade jag bara ett par som var så här väldigt mörklila och fick jag honom till skolan i dem. Och sen några dagar senare så var han ledsen för att de hade sagt att du gillar Dolly style för du har rosa skor. Och han är så, fan vad fin han är för då satt han och så satt vi och pratade liksom och så sa han ja och de sa att jag gillar och jag gillar inte ens Dolly style och jag... Jag bryr mig inte om jag har rosa skor, så det var inte heller så att han bara ”de är inte ens rosa” för det var de inte. Men utan han bara så ”jag bryr mig inte om de är rosa, jag bryr mig vilka som är sköna.” Men, men där jag då väldigt snabbt fixade ett par svarta liknande och bara sa” men här finns om”. Men han ville fortsätta ha sina rosa skor liksom. För, jag vill aldrig, jag vill ju aldrig att min... Så hära du vet miljö, hela den, det här etiska tänket... Jag vill aldrig att det ska, ska ska bidra till att de får skit i skolan.- Respondent 4, förälder till 2 barn, intervju, 27/4 2025

Källförteckning

Tryckta källor

Andersson, Yvonne, *Unga, medier och psykisk ohälsa- uppföljning 2020, under Covid-19 pandemin*, Statens medieråd, Värnamo, 2022

Berg, Martin, *Netnografi- att forska om och med internet*, Lund, Studentlitteratur AB, 2015

Berggren Torell, Viveka, *Folkhemets barnkläder*, Göteborg, Arkipelag förlag, 2007

Billkär, Charlotte & de Brun Kenk, Sandra, *Kändis eller inte kändis, det är frågan!*, Södertörn, Södertörns högskola, 2013

Butler, Judith, *Genustrubbel*, Göteborg, Bokförlaget Daidalos AB, 2007

Dalen, Monica, *Intervju som metod*, 2. uppl, Malmö, Gleerups utbildning AB, 2015

David Cardell et al, *Barns och ungas influencers – en fokusgruppsstudie*, Mediemyndigheten, Stockholm, 2024

Foucault, Michel, *Diskursens ordning*, Stockholm, Brutus Östlings bokförlag symposion, 1993

Goffman, Erving, *Jaget och maskerna*, Lund, Studentlitteratur AB, 2014

Torbjörn Forslid et al, *Celebritetsskapande från Strindberg till Asllani*, Lund, Mediehistoria Lunds Universitet, 2017

Elektroniska källor

Feedspot, “Top 100 kid influencers in 2025”, *Feedspot*,
https://influencers.feedspot.com/kids_instagram_influencers/ (Hämtad 8:e april 2025).

Folkhälsomyndigheten. “Rekommendationer för en balanserad skärmanvändning bland barn”, *Folkhälsomyndigheten*,
<https://www.folkhalsomyndigheten.se/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/2024/september/rekommendationer-for-en-balanserad-skarmanvandning-bland-barn/#:~:text=digitala%20medier%20inte%20tr%C3%A4nger%20undan,%C3%A5r%20max%20%E2%80%93%20timmar.> (Hämtad 8:e april 2025).

Linda Mathillas, “Elever spenderar mer tid på sociala medier- stör skolarbetet”, *Svt Nyheter*,
<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/jonkoping/larare-upplever-att-elever-har-allt-svarare-att-koncentrera-sig> (Hämtad 8:e april 2025).

Liselot Hudders & Emma Beuckels, *Children making big money: The implications of Kidfluencing as new form of child labor*, *Journal of children and media*, nr. 4, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17482798.2024.2404729> (Hämtad 21:e maj 2025)

Livingstone, Sonia & Blum-Ross, Alicia, “Researching children and childhood in the digital age”, i Pia Christensen och James Allison, *Research with children: Perspectives and practices*, Routledge, Abingdon, 2017

Olivia Parker, “Kidfluencers: The rise of pint-sized digital trendsetters”, *Campaign*, 31/1, 2018, <https://www.campaignasia.com/article/kidfluencers-the-rise-of-pint-sized-digital-trendsetters/442444> (Hämtad 28:e maj 2025).

Mia Taylor, *'Sephora kids' and the booming business of beauty products for children*, BBC, 22 januari 2024

Telia. “14 svenska influencers som är barnens favoriter”, Telia, <https://www.telia.se/artiklar/livsstil/14-svenska-influencers-som-ar-barnens-favoriter> (Hämtad 28:e juli 2025).

Tyler Piccotti, “The story of Ruby Franke’s chilling spiral from popular “momfluencer” to convicted felon”, *Biography*, 4/4, 2025, <https://www.biography.com/crime/a60319774/ruby-franke-story> (Hämtad 28:e maj 2025).

Zoey Lyttle, “Tiffany Smith allegedly sent underage daughter Piper Rockelle’s ‘stalker’ photos in exchange for gifts”, *People*, 11/4, 2025, <https://people.com/tiffany-smith-allegedly-encouraged-underage-daughter-piper-rockelles-stalker-by-sending-him-photos-in-exchange-for-gifts-11711126> (Hämtad 28:e maj 2025).

Instagram

Instagram tillhörande Lionel Lundell (drivs av Joakim och Jonna Lundell), (Hämtad 11:e maj 2025)

Instagram tillhörande Lunabelle Lundell (drivs av Joakim och Jonna Lundell), (Hämtad 11:e maj 2025)

Instagram tillhörande Claudia Behnan Nilsson, (Hämtad 11:e maj 2025)

Youtube

Youtubekanal tillhörandes Familjen Lundell, <https://www.youtube.com/@JockeJonna/videos>, (Hämtad 11:e maj 2025)