



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Vit, vacker, värdefull:

En kvalitativ studie av vithetsideal och dess betydelse på Bali

Program: Kandidatprogrammet i globala studier

Nivå: Grundnivå

Handledare: Mikela Lundahl Hero

Termin: VT 2020

Abstract

Titel:	Vit, vacker, värdefull: en kvalitativ studie av vithetsideal och dess betydelse på Bali, Indonesien.
Författare:	Erik Hägg
Termin:	VT2020
Institution:	Institutionen för globala studier
Handledare:	Mikela Lundahl Hero
Nyckelord:	Vithet, vithetsideal, normalisering, kapital, colorism

Using interviews and observations, this qualitative study examines the value of bright and white skin in Bali, Indonesia, and how this correlates to social and economic status. The study uses a postcolonial framework to discuss the topic, but it also shows the need for a more contextual understanding of the phenomenon. Using Bourdieu's theories of capital, I argue for how white skin in Indonesia can be understood as a form of symbolic capital, an important asset for achieving other forms of social, economic, and cultural capital. The paper starts with an introduction to the history of this value, showing the pre-colonial and traditional idealization in Indonesia, further reinforced and restructured as a result of Dutch and Japanese colonization, as well as an import of Western media. After introducing my theoretical framework, I will present my material, gathered from observations and interviews in both Bali and Sweden. The results show that beauty ideals regarding white skin are still strong and important in Bali, resulting in a discriminatory colorism, affecting people's employment, self-esteem, and social relations. Furthermore, the study shows that these ideals affect women and men differently and that women are more judged by their skin.

The paper will be written in Swedish.

A huge thanks to all the respondents for their kindness, honesty, and helpfulness, and for making this study possible.

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1. Bakgrund	4
1.1.1. Produktionen av skönhet	4
1.1.2. Vithet på Bali	5
1.2. Syfte och forskningsfrågor	6
1.2.1. Forskningsfrågor	6
1.3. Tidigare forskning	6
1.3.1. Vithet som skönhetsideal	6
1.3.2. Vithet i Indonesien	7
2. Teoretiska utgångspunkter	9
2.1. Centrala begrepp	9
2.1.1. Vithet	9
2.1.2. Vithetsideal	10
2.1.3. Colorism	10
2.2. Postkolonial teori	10
2.2.1. Vithetsnormalisering	11
2.2.2. Ideologisk makt	12
2.3. Social status och kapital	13
2.3.1. Kulturellt kapital	13
2.3.2. Socialt kapital	14
2.3.3. Vithet som ett symboliskt kapital	14
3. Metod och materialinsamling	16
3.1. Metodologi	16
3.2. Empirisk metod	16
3.2.1. Observation	17
3.2.2. Semistrukturerade intervjuer	18
3.2.3. Fokusgrupp	19
3.3. Urval	20
3.4. Analytisk metod	21

3.4.1. Tematisk analys	21
3.5. Validitet och reliabilitet	23
3.6. Metodproblem	23
3.7. Etiska ställningstaganden och rollen som forskare	24
4. Presentation av material	25
4.1. Hur reproduceras vithetsidealet på Bali?	26
4.1.1. Reproduktion och normalisering	26
4.1.2. Ursprung	28
4.1.3. Koreanska influenser	29
4.1.4. Västerländska influenser	31
4.2. Vilken betydelse har vithet på Bali?	35
4.2.1. Ekonomisk påverkan	35
4.2.2. Social påverkan	36
4.3. Avslutande diskussion	41
4.4. Framtida forskning och andra reflektioner	42
5. Källförteckning	44
5.1. Tryckta källor	44
5.2. Otryckta källor	45
5.3. Vetenskapliga artiklar	45
6. Bilagor	48
6.1. Bilaga 1. Intervjuguide för fokusgrupp	48

1. Inledning

1.1. Bakgrund

1.1.1. Produktionen av skönhet

Ytlighet och skönhetsideal har genom historien haft en central del i människors olika kulturer och samhällen. Kosmetik och hårfärgning var vanliga aktiviteter redan i de tidiga medelhavskulturerna, som det antika Egypten, där ockra och blyulfid användes som kosmetik (Orna, 2012. s.47-48). I Västasien finns beskrivningar om hur hennafärg användes som utsmyckning vid bröllop ända sedan bronsålder (ibid.), och i antikens Kina var långa och målade naglar en viktig aspekt av skönhet (Hunt, Fate & Dodds, 2011. s.2) Trots att dessa skönhetsideal ofta varit olika och kontrasterande över världen, porträtterade genom kläder, smink eller kroppsideal, så har de ofta fungerat som en symbol för personers sociala ställning eller som ett sätt att visa upp sin ekonomiska position, exempelvis genom dyr kosmetik eller värdefulla färger (Orna, 2012. s. 7-8, 47-48, Hunt, m.fl. 2011. s.1-3)

Genom den industriella revolutionen och en alltmer effektiv produktion blev kosmetik, mode och skönhetstrender aktuella och mer tillgängliga för allt fler samhällsklasser (Jones, 2011. s.886-888), och med globaliseringen, frihandeln och den teknologiska utvecklingen har många skönhetsideal blivit allt mer kommersiella och inflytelserika. Idag kontrolleras majoriteten av den globala skönhetsindustrin av ett fåtal internationella storföretag, eller ”megabrands” och den har de senaste årtiondena vuxit till en storindustri (Jones, 2010, s.300-319). Det har resulterat i att ideal och trender som tidigare varit specifika för en särskild region eller kultur idag kan marknadsföras och säljas till konsumenter över hela världen, vilket resulterar i att skönhetsideal i många fall tenderar att bli mer internationella och hybridiserade (ibid. 301-308).

I takt med globaliseringen och ökad medial exponering har många skönhetsideal blivit alltmer accepterade och inflytelserika, där specifika skönhetsideal når en närmast universell och hegemonisk status, genom medial exponering, filmindustri och kändisskap (Wulan, 2017. s.1-4). Ett exempel på det här kan ses i hur idealisering och normalisering av vithet länge har varit ett dominerande fenomen i den framförallt västerländska kreativa industrin, som film, musik och

fotografi. Det här kan bland annat ses i Hollywoods *whitewashing*, där icke-vita karaktärer och personer ofta porträtteras av vita skådespelare (Nishime, 2017. s.29-32). Andra exempel är artisters appropriering av etniska kläder och accessoarer (BBC, 2015), eller hur ”hudfärgade” produkter länge har baserats på beigea och ljusa hudtoner (The Society Pages, 2011).

1.1.2. Vithet på Bali

I den här studien har jag valt att undersöka vithet som ett skönhetsideal i Indonesien, specifikt på Bali. Hudblekande varor i Indonesien har länge varit de mest säljande produkterna inom kosmetika och skönhetsindustrin, och är en av de varor med högst omsättning när det gäller kommersiell annonsering och marknadsföring (Saraswati, 2013. s.108-110). Balis enorma turism och dess ekonomi gör ön högt diversifierad och dynamisk i relation till besökare, lokalbefolkning och kulturella influenser. Förutom de miljontals turister som årligen besöker ön finns en stor intern arbetsmigration från andra delar av Indonesien, eftersom Balis stora turistindustri är ett populärt mål för temporärt säsongsarbete eller mer långvariga karriärer (Sharpley & Telfer, 2002. s.167-171). I studien har jag valt att fokusera på framförallt kvinnors perspektiv och erfarenheter gällande vithetsidealet och dess påverkan. Detta beror dels på att mycket av den litteratur som jag ansåg vara relevant i studien har fokuserat på kvinnor, dels på att kvinnor i högre utsträckning är den explicita målgruppen i exempelvis reklam och hudvårdsprodukter.

Den här studien är relevant för globala studier genom sitt fokus på social hållbarhet, lokal och global rättvisa, samt hur dessa nivåer förhåller sig till varandra. Eftersom studien kretsar kring strukturella hierarkier och normer är den också relevant för maktteori, vithetsstudier och postkoloniala studier, liksom för genusstudier.

1.2. Syfte och forskningsfrågor

Syftet med studien är att undersöka vithetsidealet på Bali och hur detta manifesterar sig i bland annat media, reklam och handel. Mer specifikt ämnar arbetet att bidra till en förståelse av hur individer tolkar och uppfattar detta fenomen, samt hur deras förhållningssätt till idealet kan påverka dem på ett personligt plan.

1.2.1. Forskningsfrågor

- Hur reproduceras vithetsidealet på Bali?
 - Hur porträtteras huvudsakligen vithet?
 - Vilka attribut och egenskaper kopplas till denna vithet?
- Vilken betydelse har vithet på Bali?
 - Vilken påverkan har vithetsidealet utifrån ett socialt och ekonomiskt perspektiv?

1.3. Tidigare forskning

I det här avsnittet presenteras tidigare forskning som jag anser har varit relevant för studiens genomförande. Avsnittet är indelat i två teman: *vithet som skönhetsideal*, samt *vithet i Indonesien*. Båda delarna syftar till att belysa komplexiteten i vithetsidealet och dess konstruktion, och att ge läsaren en inblick i den kontext och bakgrund som studien utgår ifrån. Den forskning som finns inom vithetsstudier och vithet som skönhetsideal har framförallt varit fokuserad på den amerikanska kontexten. I den indonesiska kontexten saknas i stor utsträckning studier i ämnet, och därför kan den här studien bidra till att fylla denna kunskapslucka.

1.3.1. Vithet som skönhetsideal

Normaliseringen av vithet som ett eftersträvanvärt skönhetsideal är inte exklusivt för västvärlden, utan kan ses som en del av en närmast global centrering av vithet. I flera länder i Sydamerika har detta kommit till uttryck bland annat genom föreställningar kring *blanqueamiento*, bokstavligen ”blekning”, där strukturella privilegier och ideal baserade på vithet och dess koloniala associationer leder till strategiska giftermål och partnerskap med individer med ljusare hy, för att därigenom tillförskaffa sig själv och eventuella barn en mer privilegierad position i samhället

(Rahier, 1999. s.103-106). I den indiska subkontinenten är dessa vithetsideal historiskt kopplade till det socioreligiösa kastsystemet, där en ljusare hy ses som överlägsen och respekterad i motsats till den mörkare hyns underlägsna och marginaliserade position (Ayyar, Khandare & Hall, 2013. s.71-74). I många östasiatiska nationer och kulturer har vithet sedan länge kopplats till socioekonomisk status, där blek hud representerar ett bekvämt och privilegierat liv inomhus, kontrasterat till mörkare hud som kopplas till utomhusarbete och en lägre social ställning (Krishen, Latour & Alishah, 2014. s.72-74), ett ideal som rådde även i Europa och västvärlden fram till tidigt 1900-tal (Randle, 1997. s.462-463). Ett resultat av dessa vithetsideal kan ses i den växande marknaden av hudblekningsprodukter, som idag är en av de snabbast växande branscherna inom skönhetsindustrin, framförallt vanlig i många afrikanska och asiatiska länder (Hunter, 2011. s.143-149). I dessa procedurer används kemiska substanser, exempelvis hudkrämer eller injektioner, för att reducera kroppens melanin vilket därigenom producerar en ljusare och vitare hud. Trots en växande och reglerad marknad innehåller dessa substanser ofta hälsovådliga ämnen som kvicksilver och hydrokinon, vilka kan ha långvarigt skadliga effekter på hud och inre organ (Desmedt m.fl. 2016. s.943-945).

Idealiseringen av vithet är ett globalt fenomen, även om dess bakgrund och betydelse varierar mellan olika kulturer och samhällen. Problemet med dessa praktiker och ideal kan ses i hur detta ofta resulterar i strukturella och diskriminerande hierarkier, baserade på hudfärg och legitimerade genom vithetens idealisering. På ett mer direkt och individuellt plan riskerar dessa vithetsideal, som nämnts ovan, att ge upphov till fysiska skador och men.

1.3.2. Vithet i Indonesien

I boken *Seeing Beauty, Sensing Race in Transnational Indonesia* (2013), beskriver L. Ayu Saraswati vithetsidealets utveckling från Indonesiens förmoderna historia fram till dess postkoloniala samtid. Saraswati argumenterar för hur indonesiska skönhetsideal kring vithet går tillbaka till 800-talet, som ett resultat av hinduiska influenser från den indiska subkontinenten (Saraswati 2013, s.19-23). Genom exempel från det hinduiska eposet *Ramayana* visar Saraswati hur vithet i detta verk relateras till godhet och kvinnors skönhet. I kontrast till detta beskrivs berättelsens antagonister ofta ha mörk eller svart hy, och porträtteras som onda, skräckinjagande eller förhäxade. Saraswati menar att detta kan ses som början på en strukturell preferens för blek

hy, en slags förkolonial *colorism*, eller diskriminering på grund av hudfärg, som fortfarande existerar i Indonesien (ibid. s.32-34). Den här vitheten är inte begränsad till Indonesien, utan har en lång tradition och historia i stora delar av Ostasien och Sydostasien, även om den i många fall inte delar samma ursprung (Li, Min, Russel, Belk & Kimura, 2008. s.444-446). Till skillnad från hur begreppet vithet används inom postkolonial forskning och vithetsstudier, poängterar Saraswati att:

the 'white' in Indonesian white beauty refers to skin color and not necessarily 'race' as in the U.S. context, (Saraswati, 2013. s.62).

Saraswati menar att denna förkoloniala vithet inte baseras på en uppfattning om att människor tillhör olika raser eller etniska grupper, som ofta är fallet i västvärlden, utan främst handlar om individers fysiska hud. Föreställningar om ras och etnicitet introducerades genom den nederländska koloniseringen och den efterföljande japanska ockupationen av de indonesiska öarna under andra världskriget, vilket förstärkte och uppmuntrade regionens redan existerande vithetsideal. Under den här perioden kopplades vithet mer och mer samman med sociala konstruktioner av rasföreställningar, resulterande i en rasifierad hierarki, med först den nederländska och senare den japanska vitheten i toppen (Saraswati, 2013. s.36-47).

Efter Indonesiens självständighet år 1945 beskriver Saraswati hur vithet i landet alltmer började normaliseras som ett indonesiskt skönhetsideal. Från att ursprungligen ha varit baserad på framförallt västerländska och japanska influenser konstruerades istället bilden av en inhemsk och indonesisk vithet. Vita modeller från Japan eller västvärlden ersattes i större utsträckning av indonesier med europeisk härkomst, ofta benämnda som *indos* (Saraswati, 2013. s.75-79, 45). Saraswati beskriver hur den här utvecklingen, där indoeuropéer ses som vita lokalt, men som icke-vita globalt, fungerade som en form av distansering och motstånd till den rasifierade och västerländska vitheten:

It is precisely the ability of Indo women to be simultaneously white and non-white that functions as a subversive power [...] the presence of these white-but-not-white female bodies in television shows, in magazines and in ads challenges and interrupts the Caucasian American white beauty ideal narratives also present in these same media (Saraswati, 2013. s.79).

Genom att definiera en ny och egen version av vithet, och därmed ett alternativ till den postkoloniala vitheten, konstruerades även ett motstånd mot att låta sig definieras och värderas utifrån västerländska koloniala ideal (ibid. s.76-79).

2. Teoretiska utgångspunkter

I det här avsnittet presenteras de teoretiska utgångspunkter som jag har använt mig av i studien. Här presenteras också viktiga och återkommande begrepp som är relevanta för att bättre förstå texten, och som därför kan behöva en mer utförlig presentation och beskrivning.

2.1. Centrala begrepp

2.1.1. Vithet

Inom postkoloniala och vithetsstuderande diskurser används vithet ofta som ett begrepp för att beskriva olika kulturella, etniska och rasifierade föreställningar, kopplade till vit hud och vita personer. Ruth Frankenberg beskriver hur:

whiteness refers to a set of locations that are historically, socially, politically and culturally produced and, moreover, are intrinsically linked to unfolding relations of domination (Frankenberg, 1993. s.6).

Vithet syftar här inte enbart till ett fysiskt och materiellt attribut grundat i blek och vit hud. Det inkluderar även de socialt konstruerade föreställningar och privilegier som kopplas till vitheten, och som därigenom skapar dess distansering från det "icke-vita" (Ahmed, 2011. s.201-204). Detta perspektiv är viktigt och grundläggande för att bättre kunna förstå vithetsideal och normer, men det är också viktigt att poängtera att det på många sätt är konstruerat och baserat på en västerländsk och framförallt amerikansk kontext och historia. På grund av Indonesiens koloniala historia och dess konsekvenser kommer begreppet i denna förståelse att vara användbart och relevant, men som Saraswati beskriver ovan kan begreppet i Indonesien behöva kontextualiseras för att ge en mer precis förståelse och tolkning. Baserat på denna tolkning, och på det faktum att studien främst fokuserar på individuella erfarenheter och uppfattningar av vithetsideal i Indonesien, används begreppet vithet här i en mer konkret och direkt mening. I likhet med Saraswatis användning av

begreppet, kommer vithet i denna studie framförallt att användas för att beskriva fysisk blekhet och vit hud, snarare än föreställningar kring ras eller etnicitet. Denna distinktion är delvis baserad på den kontextuella bakgrunden och kulturen kring fenomenet, men den baseras också på den data som erhållits genom mina observationer och intervjuer, där denna tolkning av begreppet är mer relevant och användbar för studiens ändamål.

2.1.2. Vithetsideal

Jag använder mig av begreppet vithetsideal för att beskriva vithet som ett normaliserat skönhetsideal på Bali och i Indonesien. Ett ideal mot vilket allt ”icke-vitt” jämförs, och som till stor del avgör om en individ uppfattas och uppfattar sig som attraktiv eller inte. Vithetsideal och vithetsnormer kan i stort sett ses som synonyma begrepp, men jag använder begreppet vithetsideal för att poängtera vithetens specifika fokus på skönhetsideal och ytlig estetik, snarare än de sociokulturella föreställningar kring etnicitet eller ursprung som kan innefattas i begreppet vithetsnorm (Frankenberg, 1993. s.6-8).

2.1.3. Colorism

Vitheten som norm och jämförelsepunkt är en tydlig markör inom colorism, eller stratifiering av hudfärg. Margarete Hunter beskriver colorism som:

the system that privileges the lighter skinned over the darker-skinned people within a community of color (Hunter, 2002. s.176).

Dessa privilegier kan exempelvis handla om inkomst, utbildning, sociala relationer och partnerskap (ibid. s.181-190). Även om colorism i sig kan ses som ett resultat och en konsekvens av rasism, är Hunter tydlig med att särskilja dessa eftersom colorism ofta existerar även inom homogent rasifierade och etniska grupper (ibid. s.175-177). Detta kan därmed också leda till att vithet värderas högt även i grupper som inte definierar sig eller definieras som vita.

2.2. Postkolonial teori

Eftersom studien utgår ifrån att vithetsidealet existerar och har stort ett inflytande på Bali, blir syftet inte att bevisa och förklara detta, utan snarare att utifrån ett hermeneutiskt perspektiv

undersöka och förstå hur dess uttryck manifesterar sig och vad detta leder till. Baserat på studiens problemformulering och syfte kommer postkolonial teori, litteratur och begreppslära att ha en central roll för att undersöka och problematisera koncepten om vithetsnormer och vithetsideal. Som tidigare beskrivits är det dock viktigt att poängtera att detta i stort globala fenomen måste förstås utifrån en mer lokal och specifik kontext. Trots att dess uttryck och resultat i olika länder och kulturer ofta liknar varandra, är dess historia och bakgrund inte nödvändigtvis universell, även om globaliseringen ofta kan bidra till överlappningar och influenser. De begrepp och den teori som används i studien behöver därför till viss del förstås och användas i en mer kontextuell förståelse. Exempelvis har begreppet vithet, som beskrivits ovan, en smalare och mer ytlig betydelse här än vad begreppet tenderar ha inom postkoloniala- eller vithets-studier, vilket också kommer att vara betydelsefullt i förståelsen och analysen av studiens intervjumaterial.

2.2.1. Vithetsnormalisering

Ruth Frankenberg's postkoloniala studier av vithet och dess normalisering är relevanta för studien eftersom hon undersöker konstruktionen av vithet som en osynlig "icke-färg", sett som något neutralt och naturligt mot vilket allt annat jämförs (Frankenberg, 1993. s.193-197). Som Sara Ahmed beskriver det "fungerar produktionen av vithet just genom att andra tilldelas ras" (Ahmed, 2011. s.202). Vithet skapas och reproduceras alltså genom att porträttera det icke-vita som "något annat" genom att avnaturalisera och poängtera skillnader och markörer i andra, icke-vita kroppar. Vitheten blir dold och ouppmärksam, men fortfarande värderad och dominant (Ahmed, 2011. s.201-204). Frankenberg beskriver den här normaliseringen som:

a color- and power-evasive repertoire, apparently valorizing cultural difference but doing so in a way that leaves racial and cultural hierarchies intact. For a seemingly formless entity then, white culture had a great deal of power, difficult to dislodge from its place in white consciousness as a point of reference for the measuring of others (Frankenberg, 1996. s.197)

Det är på många sätt just vithetens osynliggörande som gör den inflytelserik och mäktig. Genom att förbli dold och outtalad, men samtidigt fungera som en symbolisk måttstock, riskerar även privilegier och diskriminering kopplad till vithetsnormer att förnekas eller bortförklaras som resultat av något annat (Gallagher, 2003. s.23-26). Exempel på hur vithetsnormalisering tar sig i uttryck har vi sett i den inledande delen av den här studien, med fenomenet whitewashing i

filmindustrin, eller hur hudprodukter länge baserats på vita kroppar och vit hud. I Indonesien och på Bali resulterar denna vithetsnormalisering i det eftersträvansvärda vithetsidealet vilket individer jämförs mot och uppmanas eftersträva.

2.2.2. Ideologisk makt

Steven Lukes teorier om maktutövande och ideologisk makt är relevanta för studien för att bättre förstå de processer och faktorer som normaliserar vitheten som ett skönhetsideal. Som tidigare beskrivits kan det vara relevant att förstå vithetsidealet på Bali inte enbart utifrån ett postkolonialt perspektiv. I den indonesiska kontexten, där vitheten inte nödvändigtvis grundar sig i rasifiering, etnicitet eller ursprung på samma sätt som i framförallt västvärlden, anser jag att Lukes teorier blir ett viktigt komplement för att bättre förstå vithetsidealet på Bali. Steven Lukes beskriver den ideologiska makten som något som:

kan framkalla foglighet genom att influera önskningar och föreställningar, utan att för den skull vara rationell och intentionell (Lukes, 2008. s.143).

Den ideologiska makten formar och influerar individens egna önskningar och idéer på ett sätt så att dessa önskningar uppfattas som individens egna originella tankar, och beteenden som ursprungligen varit främmande eller till och med skadliga blir istället accepterade och självklara (Lukes, 2008. s.34-36). Exempel på detta kan ses i individers konsumtion av varor i tron om att dessa är nödvändiga och önskvärda för dem, som ett resultat av reklam och marknadsföring (Boehnert, 2018. s.28-30). Den ideologiska makten kan på många sätt liknas vid en form av manipulation, men som Lukes poängterar behöver den inte nödvändigtvis vara intentionell eller ens medveten, utan förblir ofta dold för såväl utövare som offer (Lukes, 2008. s.143).

Den ideologiska makten liknar på många sätt normaliseringsprocessen av vithet. I båda fallen påverkas individers förhållningssätt och handlingar av en makt som till stor del förblir dold och omedveten, och som i många fall kan vara destruktiv. Denna omedvetenhet, sedd i vithetens idealisering och normalitet, resulterar också i svårigheter att reflektera och belysa det egna beteendet och vad detta kommer ifrån, och istället kan det uppfattas som individens personliga åsikter och önskningar.

2.3. Social status och kapital

Pierre Bourdieu (1986) beskriver kapital som tillgången på användbara resurser och krafter, eller "the set of actually usable resources and powers" (Bourdieu, 1986. s.114) och delar upp kapitalet i tre huvudsakliga former:

Economic capital, which is immediately and directly convertible into money and may be institutionalized in the form of property rights; as cultural capital, which is convertible, in certain conditions, into economic capital and may be institutionalized in the form of educational qualifications; and as social capital, made up of social obligations ("connections"), which is convertible, in certain conditions, into economic capital (Bourdieu, 1986. s.242)

Bourdieu menar att en individs tillgång till olika former av kapital är avgörande för individens position och ställning i samhället. För att förstå orättvisor och sociala klyftor är det viktigt att förstå hur kapitalet skapar, men också reproducerar strukturella hierarkier och orättvisor. Denna förståelse kan inte begränsas till enbart ekonomiskt kapital, utan det är viktigt att förstå även det kulturella och sociala kapitalets inflytande (Bourdieu, 1984, s.114-116).

2.3.1. Kulturellt kapital

Kulturellt kapital existerar i tre olika former: *embodied*, *objectified*, och *institutionalized*, eller, ett förkroppsligat, objektifierat och institutionaliserat tillstånd (Bourdieu, 1986. s.243). Det kulturella kapitalets förkroppsligade form kan liknas vid en individs habitus, och uttrycks i hur personen för sig genom sin vokabulär, sin hållning och sitt utseende, men det innefattar också inlärd färdigheter och kompetenser (Edgerton & Robert, 2014. s.195-197). Det objektifierade tillståndet kan ses som en individs materiella objekt och medier, exempelvis böcker, musik- och konstsamlingar som anses ha ett kulturellt värde. Den institutionaliserade formen existerar i ett mer abstrakt tillstånd, och består av exempelvis en akademisk examen eller titel. Kulturellt kapital kan till viss del reproduceras med hjälp av ett redan existerande ekonomiskt kapital, exempelvis genom konsumtion av musik, konstutställningar och fina viner, eller genom ett medlemskap i en exklusiv förening eller skola. Detta kapital är däremot också beroende av en individs kulturella

kännedom och kunskap, för att individen på rätt sätt ska kunna konsumera det (Bourdieu, 1986. s.243-249).

2.3.2. Socialt kapital

Bourdieu beskriver socialt kapital som:

the aggregate of the actual or potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance or recognition (Bourdieu, 1986. s.247).

Alltså, en samling av direkta och potentiella resurser som en följd av sociala interaktioner och kontakter. Begreppet beskriver de fördelar och möjligheter som en individ besitter genom att vara medlem eller delaktig i en social grupp, exempelvis familj, vänner och kollegor. Bourdieu poängterar också hur det är fördelarna med det sociala kapitalet som håller gruppen samman och motiverar dess reproduktion. Det sociala kapitalet syftar däremot inte enbart till en individs direkta relationer och kontakter med andra individer och grupper, utan även till den tillgång på kapital och kontakter som dessa kontakter förfogar över, och som därigenom indirekt kan användas av individen (Lesser, 2000. s.45-47). På samma sätt som det ekonomiska kapitalet kan användas för att producera kulturellt kapital, ger det sociala kapitalet ökad tillgång till ekonomiskt och kulturellt kapital (Bourdieu, 1986. s.241-250). Exempelvis kan det sociala kapitalet ge individen tillgång till lån, investeringar och gåvor genom ett utökat kontaktnät. Det kan även resultera i tillgång till specifik kunskap, eller till kulturellt viktiga institutioner och evenemang som annars vore otillgängliga. Till skillnad från det ekonomiska och kulturella kapitalet, är det sociala kapitalet beroende av interpersonella relationer för att skapas och reproduceras. Det sociala kapitalet hos en enskild individ är därför inte exkluderat till denna, utan existerar enbart genom individens kontakt och relationer med andra individer.

2.3.3. Vithet som ett symboliskt kapital

Utöver det ekonomiska, kulturella och sociala kapitalet, beskriver Bourdieu ett fjärde symboliskt kapital som:

The acquisition of a reputation for competence and an image of respectability and honourability (Bourdieu, 1984. S.291).

Det symboliska kapitalet kan beskrivas som prestige och igenkänning, och uppstår genom att reproducera dessa värden, respektabilitet och hederlighet, vilket därmed också kan variera beroende på tidsperiod och på kulturella och samhällsliga kontexter. Bourdieu beskriver det symboliska kapitalet som en form av legitimering och som ett förkroppsligande av andra former av kapital:

Symbolic capital is a credit; it is the power granted to those who have obtained sufficient recognition to be in a position to impose recognition (Bourdieu, 1989. s.23).

En dyr villa kan exempelvis ses som en form av ekonomiskt kapital, konverterbart till pengar. När andra individer ser villan uppfattas den däremot som ett legitimt bevis för ägarens andra tillgångar och ägarens framgång, och fungerar då som ett symboliskt kapital. Symboliskt kapital kan även ses i artister eller skådespelares kändisskap, och hur detta legitimerar och bekräftar deras kulturella kapital i form av utseende, talang och ambition.

Tillväxten av symboliskt kapital, skapad genom att efterleva samhällsliga ideal och normer, kan i sig leda till en ökning av andra kapitalformer (Bourdieu, 1986. s.290-292). Exempelvis kan en individs rykte och andras uppfattningar av individen vara avgörande för möjligheter till jobb eller lån, men också för sociala relationer med såväl kollegor som familj och vänner. Till skillnad från socialt kapital är symboliskt kapital inte beroende av relationer med andra individer. Det symboliska kapitalet är därför också mer rörligt, och kan ha en påverkan i många olika kontexter och med många olika individer.

I den här studien liknar jag vithet i Indonesien vid en form av symboliskt kapital, baserat på föreställningar om social status, ställning och prestige. I en kulturell kontext där vithetsidealet värderas högt kan detta symboliska kapital, vitheten, på många sätt vara avgörande för exempelvis arbete (ekonomiskt kapital), relationer (socialt kapital), utseenden och framträdande (kulturellt kapital), men också som en markör och legitimering för allt detta.

3. Metod och materialinsamling

I det här avsnittet redogör jag för de metoder jag använt mig av och den metodologiska utgångspunkt jag utgått ifrån för att samla in och analysera mitt material. Jag kommer att motivera mitt val av metod och hur jag gick tillväga för att använda det, men också diskutera de problem och konsekvenser som uppstod på grund av detta. Följaktligen kommer jag också att reflektera över min egen roll som forskare i den här studien, och hur det kan ha påverkat studiens resultat.

3.1. Metodologi

Den här studien är en kvalitativ och hermeneutisk studie baserad på framförallt empiriska observationer och intervjuer. Inom hermeneutiken är tolkning en central del för att skapa förståelse och mening, där denna tolkning i sig baseras på förkunskap och kontextualisering (Gilje & Grimen, 2007. s.187-191). Syftet är därför inte att presentera en generaliserande förklaring av ämnet, utan att tolka den utifrån dess kontext och därigenom nå en djupare förståelse för det. Forskningen ämnar alltså inte vara neutral och induktiv, utan genomförs abduktivt, där en första materialinsamling har resulterat i vidare teoretisering och mer konkreta och empiriska fakta gällande fenomenet (ibid.).

3.2. Empirisk metod

Det empiriska materialet som har använts i den här studien är till stor del baserat på ett mindre fältarbete som genomfördes på Bali under fyra veckor under vårterminen 2020. Fältarbetet var en del av en fältkurs inom kandidatprogrammet i globala studier, och resulterade i en fältrapport som till stor del har fungerat som utgångspunkt för den här studien. För att komplettera materialet och för att samla in mer data har ytterligare intervjuer genomförts med indonesier bosatta i Sverige efter fältarbetets avslutande.

Insamlingen av empiri har skett genom ett flertal observationer på Bali, samt intervjuer med totalt tio respondenter på Bali och i Sverige. På Bali genomfördes intervjuerna på engelska, och i Sverige genomfördes de på svenska. För att inte riskera feltolkningar eller missförstånd har jag valt att inte

översätta materialet, utan presenterar detta på såväl engelska som svenska, beroende på vilken respondent som citeras.

3.2.1. Observation

Den första delen av datainsamlingen har baserats på icke-deltagande observationer av framförallt hudvårdsprodukter och marknadsföringen av dessa i såväl fysiska butiker som i digital reklam. Valet av observation som metod kändes för mig som naturligt och relevant eftersom studien syftar till att förstå och undersöka ett fenomen starkt kopplat till porträttering, marknadsföring och symbolism. I och med att observationerna framförallt fokuserade på objekt och inte individer, blev passiva observationer det självklara valet eftersom interaktioner och samtal med exempelvis butiksarbetare inte hade något syfte till det som ämnades undersökas (Esaiasson m.fl. 2012. s.303-307). Genom att göra observationer fick jag möjligheten att verifiera delar av den litteratur jag baserade mitt arbete på och hur väl detta stämde överens med situationen på Bali. Observationerna gav mig också en chans att komma i kontakt och göra mig bekant med den vardag som studiens respondenter lever i, vilket därmed gav mig en större förståelse för de svar de gav och för vilka följdfrågor som kunde vara relevanta att ställa.

Materialet samlades in genom flera planerade observationstillfällen i matvarubutiker, shoppingcenter och apotek. Flera observationer genomfördes även mer spontant och utan en förberedd planering, framförallt som ett resultat av att jag befann mig i samma områden under en längre period. Dessa observationer gällde exempelvis iakttagelser av reklam på vägskyltar och i tv-reklam (Alvehus, 2013. s.95). Observationerna riktade in sig på att uppmärksamma och kartlägga beteenden, produkter och marknadsföring som kunde kopplas till vithetsideal. Detta gjordes genom att titta på produkter och reklam som använde sig av begrepp kopplade till just vithet, exempelvis "whitening", "brightening" och "fair". Därefter kunde jag observera i vilken kontext och med vilka ord dessa produkter och denna reklam framfördes, exempelvis med modeller, ordval och associationer. Materialet syftade framförallt till att skapa en övergripande insyn och förståelse för det indonesiska vithetsidealet, men det användes också som en utgångspunkt vid konstruerandet av intervjuguider. Observationerna dokumenterades genom anteckningar och bilder för att säkrare kunna analyseras och jämföras i efterhand.

3.2.2. Semistrukturerade intervjuer

Fem semistrukturerade intervjuer genomfördes med respondenter i åldrarna 25 till 43 år, där varje intervju varade mellan 30 och 90 minuter. Intervjuerna med respondenterna syftade till att samla olika uppfattningar av vithet och vithetsideal på Bali, för att därigenom få en mer representativ och bred förståelse för fenomenet. Dessa intervjuer är därmed också baserade på rent subjektiva och personliga erfarenheter och åsikter, som å ena sidan kan jämföras och diskuteras gentemot varandra, men som också är högst beroende av tolkningen av detta material (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2012. s.251-255). De semistrukturerade intervjuerna baserades på en mer flexibel och anpassningsbar intervjuguide, vilket gav mig möjlighet att anpassa frågeställningen under intervjuens gång (Hallin & Helin, 2018, s.42-43). Intervjuguiden i samtliga intervjuer fokuserade på främst tre teman; *indonesiska skönhetsideal, hudblekningsprodukter och anpassning till skönhetstrender*, men saknade en specifik frågeställning.

Utifrån studiens abduktiva ansats är den semistrukturerade intervjumetoden relevant eftersom den tillåter en djupare och mer reflexiv diskussion, vilket därför också kan resultera i en ökad förståelse och ge bättre möjligheter till uppföljning under samtalets gång (Hallin & Helin, 2018, s.89-91). Användandet av semistrukturerade intervjuer möjliggjorde också ett större fokus och mer koncentration på respondenten i frågan. Istället för att begränsas av en bestämd intervjuguide och en schemalagd frågeställning kunde jag rikta mer uppmärksamhet mot personen som intervjuades, och intervjufrågorna kunde anpassas efter respondentens svar. Genom att bekräfta respondenten samt visa större intresse och nyfikenhet kring dennas svar, blev intervjun mer naturlig och dynamisk vilket troligtvis också bidrog till djupare och mer reflekterande svar.

Svårigheten med semistrukturerade intervjuer är framförallt deras osäkerhet när det gäller att nå relevanta svar och diskussioner. På grund av dess bristande struktur och omfång landade intervjuerna vid flera tillfällen i samtalsämnen eller reflektioner utan någon direkt relevans för studiens ändamål. Detta resulterade därför i följdfrågor för att leda tillbaka samtalet till ett önskat ämne, men i vissa fall ledde det även till svårigheter med att ta upp viktiga ämnen, eller i andra fall att dessa besvarades väldigt kort.

I samförstånd och med godkännande från samtliga individer spelades intervjuerna in för att senare transkriberas och analyseras. Vid intervjutillfällena gjorde jag även anteckningar för hand, dels

som en försäkring vid eventuella problem med ljudupptagningen, exempelvis vid tillfällen med högljudd trafik eller bakgrundssorl, dels för att kunna dokumentera icke-verbala uttryck, såsom kroppsspråk och ansiktsuttryck (Hallin & Helin, 2018. s.66-67). Genom att anteckna svaren gavs respondenten även mer tid att komplettera och överväga sina svar. Vid flera tillfällen resulterade detta i en djupare och mer detaljerad dialog, troligtvis eftersom tystnaden som uppstod vid mitt antecknande skapade ett visst obehag och nervositet, vilket resulterade i ytterligare kommentarer från respondenten för att kompensera för denna tystnad.

3.2.3. Fokusgrupp

Utöver de semistrukturerade intervjuerna genomfördes en fokusgruppintervju med fem deltagare på Bali, vilken varade i cirka två timmar. På grund av sitt omfång krävde fokusgruppen betydligt mer tid och förberedelser än de enskilda intervjuerna. För att säkerställa en plats för gruppens fem deltagare reserverades ett bord på ett café, vilket meddelades till gruppen dagen innan träffen. Då majoriteten av respondenterna inte hade träffats tidigare förbereddes även namnlappar för att göra samtalen mer smidigt. Utifrån en generell personbedömning baserad på min skriftliga kontakt med gruppmedlemmarna förberedde jag en bordsplacering innan deltagarna anlände. De personer som bedömdes vara mer engagerade och aktiva i ämnet placerades närmare mig själv, för att därigenom förenkla en tidig debatt och diskussion. Detta motiverades också av att de mindre aktiva deltagarna, genom sin distans, kunde känna sig mindre iakttagna och därmed fick de mer utrymme att göra sig bekväma och engagera sig. Fokusgruppen följde en tydlig intervjuguide (bilaga 1), där öppna och lättsamma frågor övergick i mer specifika och känsliga ämnen, för att på så sätt skapa en trygg och gemensam plattform att bygga vidare ifrån.

I fokusgrupper fungerar intervjuarens roll mer som moderator och vägledare, och istället för att intervjua personerna presenterade jag förberedda frågor för gruppen som diskuterades mellan medlemmarna. Istället för att själv delta i samtalen, kontrollerade jag diskussionen genom att exempelvis ställa följdfrågor vid intressanta ämnen, eller genom att bjuda in andra deltagare i frågor när enskilda personer pratat länge (Côté-Arsenault & Morrison-Beedy, 1999. s.280-283). Syftet med fokusgruppen var att skapa en öppen och naturlig diskussion mellan gruppens deltagare, för att därigenom lyfta fram olika tankar, reflektioner och erfarenheter på ett dynamiskt sätt (Esaiasson m.fl. 2012. s.318-320). På grund av gruppens storlek blev tidsåtgången för enskilda

frågor betydligt längre, och antalet frågor blev därmed färre än vid de enskilda intervjuerna. Gruppens omfång och dynamik resulterade däremot i att dessa frågor ofta diskuterades djupare och med mer varierade uttryck och reflektioner.

I ett försök att skapa en avslappnad och vardaglig miljö genomfördes de flesta av intervjuerna på restauranger eller caféer. Tid och plats avgjordes via textmeddelande med respondenterna dagen innan och personerna meddelades kort om intervjuens upplägg och syfte, samt en uppskattning över dess längd. För att visa uppskattning och tacksamhet, särskilt i de fall då respondenten hade rest längre för att delta, erbjöds dessa personer måltid eller dryck vid restaurangen eller caféet. Samtliga deltagare erbjöds även vid intresse att ta del av studien vid dess färdigställande.

3.3. Urval

Urvalet av studiens respondenter kan beskrivas som ett snöbollsurval, där en första kontakt med enskilda respondenter resulterade i ytterligare respondenter genom framförallt vänner, släktingar och kollegor (Hallin & Helin, 2018. s.34-35). På Bali gjordes den första kontakten genom annonseringar och intresseanmälningar på flera lokala Facebookgrupper i områdena Canggu, Kuta och Seminyak. Detta resulterade i totalt åtta respondenter, varav fem som deltog i fokusgruppen, och tre som intervjuades enskilt. I Sverige tog jag kontakt med en indonesisk lokalförening i Göteborg, och fick på det sättet tag i en kontaktperson som delade vidare min information till föreningens medlemmar, vilket resulterade i ytterligare två respondenter som intervjuades enskilt.

Fördelen med detta urval är att det på ett snabbt och effektivt sätt kan användas för att samla ytterligare respondenter genom intervjuernas deltagare. Eftersom respondenterna rekommenderats av tidigare deltagare är det även troligt att dessa har ett redan existerande intresse eller kunskap inom ämnet. Å andra sidan riskerar urvalet därför också att resultera i svar som kan vara homogena och mindre generaliserbara. Personer som rekommenderats kan exempelvis ha liknande och närliggande åsikter som tidigare respondenter, vilket möjligen begränsat variationen på svaren. Det kan även tänkas att dessa personer känner sig tvungna att överprestera eller visa sig extra intressant eftersom de har rekommenderats personligen, vilket i sin tur kan påverka resultatets reliabilitet.

I likhet med studiens frågeställning begränsades inte urvalet utifrån kön eller ålder, detta eftersom studien ämnar undersöka vithetsideal och dess konstruktion som ett socialt fenomen. En varierad respondentgrupp kan därmed också resultera i en mer mångfaldig förståelse av frågan. Av de individer som visade ett intresse för studien, och som erbjöd sig att ställa upp på intervju, var dock samtliga kvinnor. Då forskningen kring vithet och vithetsideal är begränsad till Bali fanns en prioritet för respondenter därifrån. Totalt kom åtta av intervjuernas tio deltagare från Bali, eller från andra delar av Indonesien men med starka personliga kopplingar till Bali.

3.4. Analytisk metod

För att få en tydlig överblick över mitt empiriska material, och för att på ett strukturerat och metodiskt vis kunna undersöka detta utifrån studiens syfte och teori, valde jag att använda mig av en tematisk analys. I analysen valde jag att i stor utsträckning använda mig av direkta citat, där såväl talspråk som språkbarriärer har behållits. Anledningen till detta är att det ger läsaren en direkt inblick i de dialoger som jag har tolkat, och möjligheten att själv tolka dessa citat.

3.4.1. Tematisk analys

Den tematiska analysen kan beskrivas som:

a method for identifying, analyzing, organizing, describing, and reporting themes found within a data set (Nowell, Norris, White & Moules, 2017. s.2).

Jag använde mig av den här metoden för att hitta centrala och gemensamma teman för samtliga intervjuer, vilka sedan lättare kunde ställas mot det teoretiska ramverket och mot mina forskningsfrågor (Hallin & Helin, 2018. s.75-77). Den tematiska analysen som metod är relevant eftersom den är väldigt anpassningsbar till det aktuella materialet i och med att den inte baseras på en specifik teori eller epistemologi (Nowell m.fl. 2017. s.2-3). På grund av detta blir den också användbar i den här studien, där materialet diskuteras och undersöks utifrån flera skilda begrepp och teorier.

Den tematiska analysen började med en transkribering av samtliga intervjuer, där dialogen från såväl respondenter som intervjuare nedtecknades. Efter denna process lästes det transkriberade materialet igenom ett flertal gånger, och återkommande och intressanta fraser och ord markerades i en så kallad kodning (Nowell m.fl. 2017. s.4-9). Den här kodningen genomfördes inte med några förutbestämda teman, utan har istället syftat till att samla allt potentiellt användbart material, för att lättare kunna sammanfatta detta senare. I kodningen fokuserade jag framförallt på att markera begrepp och dialoger som kunde relateras till studiens syfte, men även på återkommande och gemensamma begrepp, oavsett om de hade en direkt koppling till syftet eller ej.

Efter en grundläggande kodning kategoriserade jag materialet i flera separata teman. Dessa teman har baserats på exempelvis återkommande mönster eller begrepp som uppkom vid flera tillfällen, men också på enskilda åsikter och citat som jag ansåg vara relevanta utifrån studiens syfte och forskningsfrågor (Braun & Clarke, 2006. s.89-92). Eftersom analysen inte utgick ifrån någon tydlig begränsning eller ramverk, resulterade materialet till en början i ett stort antal spridda teman. För att förenkla analysen och sammanställningen av materialet valde jag att slå ihop flera liknande teman, och processen resulterade därefter i sex huvudsakliga teman som jag ansåg kunde användas för att besvara och diskutera studiens forskningsfrågor:

1. Reproduktion och normalisering.
2. Vithetsidealets ursprung
3. Koreanska influenser
4. Västerländska influenser
5. Ekonomisk påverkan
6. Social påverkan.

I redovisningen av studiens resultat delades dessa sex teman in utifrån deras huvudsakliga användningsområde i relation till forskningsfrågorna. Tema ett till fyra användes framförallt för att forskningsfråga ett, ”hur reproduceras vithetsidealet på Bali?”, och tema fem till sex besvarade huvudsakligen forskningsfråga två, ”vilken betydelse har vithet på Bali?”, även om vissa överlappningar sker.

3.5. Validitet och reliabilitet

En studies validitet avser studiens förmåga att mäta de värden som den avser att mäta, och om studiens resultat faktiskt uppfyller och besvarar dess syfte (Bergström & Boréus, 2018. s.38-39). Eftersom studiens kunskapsproduktion och analys till stor del har baserats på mina tolkningar av observationer och intervjuer utifrån existerande förkunskap och erfarenheter, är det viktigt att överväga hur denna förförståelse kan ha påverkat arbetets resultat. En bristande förståelse och erfarenhet av balinesisk historia, kultur och normer, kan bidra till att dragna slutsatser och analyser inte nödvändigtvis stämmer överens med den kontext de befinner sig i, eller att dessa helt enkelt har misstolkats från min sida. Begrepp som vithet eller vithetsideal kan exempelvis tolkas och förstås på olika sätt och utifrån olika perspektiv, och det fanns därmed en risk för att detta skulle påverka studiens validitet. För att bemöta denna problematik genomfördes intervjuerna med ett så enkelt och konkret språk som möjligt, där frågorna istället riktade in sig på konkreta händelser eller erfarenheter som senare kunde analyseras utifrån dessa begrepp. Som beskrivits ovan har jag dessutom valt att behålla direkta citat utan att korrigera språkfel, för att därigenom ge en högre transparens och för att läsaren själv ska kunna avgöra om dessa faktorer kan ha påverkat resultatet.

Studiens reliabilitet avser arbetets pålitlighet, och om de resultat och data som har presenterats är korrekta och tillförlitliga (Bergström & Boréus, 2018. s.40-41). I en studie baserad på hermeneutisk tolkning och förståelse finns det alltid en risk för att förkunskap eller personliga föreställningar påverkar hur intervjuer eller observationer tolkas och läses in, vilket därmed påverkar studiens reliabilitet. För att i största mån motverka detta har ett metodologiskt och kulturrelativistiskt förhållningssätt varit en viktig del av studien, där förförståelse och personliga värderingar i högsta mån har åsidosatts för att minimera påverkningen på materialets tolkning och analys.

3.6. Metodproblem

Den begränsade tidsram inom vilket materialinsamlingen utspelade sig hade en avgörande vikt för antalet observationer och intervjuer som genomfördes under studien. På grund av Indonesiens inreseregler begränsades vistelsen på Bali till trettio dagar. Utbrottet av coronaviruset Covid-19 gjorde det svårt och osäkert att förlänga det befintliga turistvisumet, vilket bidrog till att begränsa

antalet intervjuer. Skillnaden i språkkunskap var också en faktor i studien. Eftersom samtliga av intervjuerna på Bali genomfördes på engelska ledde detta till att respondenter ibland kunde ha svårt att uttrycka och förklara sig, vilket därmed också kan ha påverkat tolkningen och förståelsen av dem. Bristande engelskakunskaper bland butiksanställda (eller min bristande kunskap i bahasa indonesia) resulterade i att flera besök inte ledde till intervju, utan enbart till passiv observation.

Genom utbrottet och spridningen av Covid-19 påverkades studiens genomförande även i Sverige. På grund av smittorisk begränsades intervjuerna som genomfördes i Sverige till digitala intervjuer via Skype. Under rådande förutsättningar var detta ett fullt fungerande alternativ, och även om intervjuaren och respondenten befann sig i fysiskt separerade rum så kunde ansiktsuttryck och kroppsspråk fortfarande läsas av, till skillnad från i en telefonintervju (Sturges & Hanrahan, 2004. s.114-116). Då intervjuerna genomfördes via dator finns det däremot risk för att andra saker kan ha distraherat respondenten och dennas betänketid, exempelvis jobbmejl eller chattmeddelanden, något som inte skulle ha gått intervjuaren obemärkt förbi vid en fysisk intervju (Hallin & Helin, 2018. s.64).

3.7. Etiska ställningstaganden och rollen som forskare

Under arbetet har jag reflekterat över min roll som forskare och hur den kan ha påverkat studien. Som en vit person är jag i stor utsträckning innefattad och privilegierad av de sociala normer som råder kring denna vithet, inte enbart på Bali utan även i Sverige. På grund av detta har jag också känt ett behov, och en viss skyldighet, att försöka synliggöra de strukturer som jag själv tar för givet. Detta för att därigenom bidra till en större förståelse för vad det innebär att inte vara gynnad och privilegierad av dessa ideal och normer, men också för att uppmärksamma och reflektera över min egen position i detta.

Då merparten av studien genomfördes på Bali finns det också en möjlighet att detta kan ha påverkat intervjuerna och respondenternas deltagande i dessa. Som nämnts ovan påverkades jag inte av de indonesiska vithetsnormerna och vithetsidealets konsekvenser på samma sätt som de respondenter jag intervjuat, och jag har därför inte heller kunnat relatera eller dela de erfarenheter som mina respondenter har berättat för mig om detta. Därför är det möjligt att detta i viss mån kan ha haft en påverkan på intervjuerna och på datainsamlingen. Exempelvis kan det tänkas att det skulle ha varit

lättare för respondenterna att dela med sig av känsliga erfarenheter och åsikter till någon som hade befunnit sig i en liknande situation och som hade haft liknande erfarenheter. Det kan också tänkas att min begränsade tid på Bali och min roll som utlänning i populära turistorter har gjort att min roll som forskare har uppfattats som mindre seriös och viktig än om jag varit permanent bosatt på Bali.

Eftersom mycket av den teori och de begrepp jag använder mig av utgår ifrån en framförallt amerikansk och eurocentrisk kontext, har jag uppfattat och att det funnits vissa svårigheter med deras användning, och översättningen av dessa till svenska. Att prata och diskutera ämnen som exempelvis "ras" är något som är vanligt förekommande i det engelska språket och i den framförallt amerikanska kulturen, men som är betydligt mindre vanligt i svenskan. För att minska risken för misstolkning, men också för att dessa begrepp kan ha en mer polariserad och kontroversiell betydelse i Sverige, har jag valt att i största grad använda begreppen på originalspråk, och alltså inte översätta dessa.

Under arbetet har jag följt vetenskapsrådets forskningsetiska principer. Vid samtliga intervjuer och möten har respondenterna informerats om studiens syfte och användning. Samtliga respondenter har samtyckt till att intervjuerna spelats in, och de har också informerats om att deras deltagande när som helst kunnat avbrytas under intervjuens gång. Utifrån samtal med studiens deltagare har jag anonymiserat samtliga respondenter, och de namn som anges i studien är fiktiva (Vetenskapsrådet, 2002).

4. Presentation av material

I kapitlet nedan presenteras och diskuteras det empiriska materialet utifrån studiens två övergripande forskningsfrågor, "hur reproduceras vithetsidealet på Bali?" samt "vilken betydelse har vithet på Bali?". Som beskrivits i metodavsnittet är dessa forskningsfrågor indelade i de teman som uppkom genom den tematiska analysen, utifrån deras relevans till studiens syfte och frågeställning.

4.1. Hur reproduceras vithetsidealet på Bali?

4.1.1. Reproduktion och normalisering

Vid frågan om vad som definierar skönhet i Indonesien användes vithet och renlighet närmast synonymt av de allra flesta respondenter. ”Beauty is clean. Clean and bright” (Sam, 3 mars 2020), ”Beauty is light, white skin ... almost all the people love that thing, they want to get white” (Lou, 5 mars 2020). Denna synonymitet mellan vacker, vit och renlig är något som också observerades i reklamen för och namnen på många hudvårdsprodukter. Under flera observationstillfällen i vanliga livsmedelsbutiker, men även i mer specialiserade hudvårdsspecialister, kunde jag se att hudblekande produkter var dominerande och numerärt överlägsna jämfört med icke-blekande alternativ. Dessa produkter marknadsfördes och namngavs ofta som just ”fresh”, ”healthy” eller ”natural”, och liknande begrepp användes också löpande vid flera intervjuer. Marknadsföringen och porträtteringen av dessa produkter skapar tydliga associationer mellan vithet och positiva värden som hälsa, friskhet och naturlighet, och eftersom dessa produkter är vanliga förekommande och synliga i det vardagliga livet på Bali, kan det tänkas att dessa produkter har en viss påverkan på de individer som dagligen exponeras för dessa. I likhet med Lukes teori om den ideologiska makten kan det tänkas att de svar jag fick från respondenternas omedvetet och under en lång period har influerats av dessa produkter och dess reklam, vilket har normaliserat vithetsidealet till något naturligt, hälsosamt och eftersträvansvärt (Lukes, 2008. s.34-36). I och med att dessa företag drivs av framförallt ekonomiska mål, så blir ett normaliserat vithetsideal eftersträvansvärt eftersom ett ökat intresse hos konsumenterna också resulterar i en högre försäljning av dessa varor.



Flera av respondenterna menade att en stor del av exponeringen av dessa vithetsideal kommer från media, television och kändisskap, och att detta är något som alla hade minnen av från tidig ålder:

I reklam, det är hela tiden dom som har ljusare hud. Om man kollar på indonesisk såpopera, dom som är huvudroller, dom är ljusare. Modeller dom är, eller, dom som är jättekända är ofta dom som

är, blandad, du vet. Mamma kanske är indones, pappa kanske är engelsk eller svensk, det är ofta dom som är jättekända. – Dana

Det här citatet liknar till stor del Saraswatis beskrivning om hur indoeuropeer har varit en dominerande del av den mediala porträtteringen av skönhetsideal i Indonesien, och därigenom förstärkt vithetsidealet (Saraswati, 2013. S.75-79). Danas erfarenheter visar att den indonesiska vitheten fortfarande är präglad av en indoeuropeisk identitet, och att dessa individer fortfarande kan uppfattas som en symbol för skönhet i indonesisk media. I en annan intervju berättade respondenten Lou om liknande uppfattningar och erfarenheter, där indonesiska kändisar och mediaprofiler ofta anses vara vita eller ha ljus hy:

For example, you see a commercial on the TV, like 'oh I really want to be like that'. Okay, for example like whitening stuff. 'maybe I should get whiter, I should like, have a light skin.' So, like, whitening products, everywhere ... look in the media, before we didn't have media, the internet, Google, just television. And the actors are all white ... We just have one who is like not really famous. I'll show you how Indonesian celebrity look. Like real celebrity, not influencer. This is how, this is like the beauty standard of Indonesians. She's a singer, like a pop singer. Everyone wants to be like her. Raisa Andriana. And one of my friends really wants to look like her. The hair, the makeup. Like she's dark though, she got to have an injection every week. – Lou

Båda citaten ovan beskriver hur medierna i Indonesien till stor del domineras av bleka indonesier, och hur dessa individer anses vara överrepresenterade i film, tv och musikindustri. Flera av respondenterna påpekade även att dessa kändisar i hög utsträckning används inom marknadsföring och reklam inom hudblekningsindustrin men också för andra mer vardagliga produkter. I likhet med Lou berättade flera respondenterna att dessa kändisar ofta syns på TV eller i reklam på skyltar längst gator, och att detta är något som de flesta av har vuxit upp med.

I ett samhälle där vithetsidealet värderas högt, kan kändisars vita hud på Bali fungera som en symbolisk markör för deras förkroppsligade kulturella kapital, i form av talang, utseende och framgång (Edgerton & Robert 2014. s.195-197). Genom reklam och media skapas en antydning om att konsumtionen av hudblekande produkter kan leda till samma resultat, och vitheten blir ett symboliskt kapital och resurs, avgörande för möjligheten till liknande framgång (Shroff, Diedrichs & Craddock, 2018. s.1-4). Eftersom den största andelen av mediaprofiler och nationella kändisar

i Indonesien beskrivs som bleka och vita, blir den vita huden inte enbart ett attraktivt utseende, utan den kan också fungera som en representation för kändisskapet i sig.

Det här fenomenet skulle också kunna ses som en form av normaliseringsprocess där vithet från tidig ålder, genom film, TV och reklam, görs till ett förskönat och eftersträvansvärt ideal. Som Frankenberg beskriver blir vitheten därigenom en naturlig och neutral norm, ett ramverk mot vilket allt annat jämförs och mäts (Frankenberg, 1993. s.195-198). Genom att porträttera hudblekande produkter som naturliga och hälsosamma, konstrueras också bilden av vithet som något normalt och eftersträvansvärt, särskilt eftersom dessa produkter ofta är mer vanligt förekommande än andra icke-blekande alternativ. I likhet med den ideologiska makten influerar vithetsidealet individers föreställningar och önsknningar, och vit hy internaliseras till något eftersträvansvärt, medan mörk hy ses som något som helst borde undvikas. Genom att exponeras för dessa ideal från tidig ålder, genom media såväl som produkter och marknadsföring i butiker och reklam, blir vithet en naturlig referenspunkt mot vilket individer jämförs där de antingen infaller eller uppmanas att infalla (Lukes, 2004. s.115-117).

4.1.2. Ursprung

I fokusgruppen diskuterade flera av deltagarna vithetsidealets historiska ursprung på Bali och i Indonesien. Samtliga deltagare menade att vit hud är ett gammalt och traditionellt ideal, specifikt för Ostasien och Sydostasien, snarare än för Indonesien. Framförallt en av deltagarna, Suzi, använde Kinas historia för att argumentera för hur denna asiatiska vithet skiljer sig från en västerländsk och kolonial vithet. Vithetsidealets existens i Kina, trots att det inte koloniserats av någon västerländsk makt på samma sätt som många närliggande länder, användes som ett exempel på denna kulturella kontrast:

One thing you should know is, we don't want to be fair because we want to be like Caucasians, that's wrong. Because in Asia, it's very hot, tropical climate. So, people who are poor will work outside, and the rich ones will work inside, so that's how they see it, which one is poor or rich. On the skin tone. That's actually the reason why we like fair skin. So, we show our social status, that we are not poor. We don't work as a farmer, like that. – Suzi

Gruppens andra deltagare höll med om att de inte uppfattade det indonesiska vithetsidealet som relaterat till vit kultur eller som något etniskt eller rasifierat, utan snarare som ett transnationellt asiatiskt skönhetsideal baserat på social och ekonomisk status. Även om vithetsidealet på många sätt överensstämmer med den mer västerländska definitionen och förståelsen av vithetsnormalisering, finns det skillnader mellan dessa som kan vara av viktiga för att förstå fenomenet. Istället för att förstås som en identitetsmarkör för en etnisk och rasifierad grupp kan det vara relevant att se den indonesiska vitheten som något mer konkret och fysiskt, inte nödvändigt baserad på eurocentrisk och kolonial vithet, utan snarare på trans-asiatiska normer och traditioner. Den här förståelsen styrks även av Saraswatis beskrivningar av det indonesiska vithetsidealet, där:

the 'white' in Indonesian white beauty refers to skin color and not necessarily 'race' (Saraswati, 2013. s.62).

Ett annat exempel på det här kan ses i respondenten Lou, som under en intervju beskrev sig själv som en "black skinned" indonesier. Hon refererade flera gånger till sin pappa som "black", och till sin mamma och syster som "white" trots att de alla är indonesier från samma familj. Detta kan tolkas som att Lou identifierar sig själv och sina familjemedlemmar utifrån deras hudton och färg, snarare än någon kulturell eller etnisk bakgrund, eftersom denna är gemensam för hela familjen.

4.1.3. Koreanska influenser

Förutom indonesisk media och kändisskap poängterade majoriteten av respondenterna att skönhetsidealet i Indonesien till stor del kan härledas till sydkoreansk media och *Hallyu*, eller "the Korean wave", den globaliserade exporten av sydkoreansk popkultur (Lim & Giouvris, 2020. s.99). Konsumtionen av koreansk media, hudvårdsprodukter och mode är idag stor på Bali, och flera av respondenterna förklarade att ideal kring skönhet och vithet idag i stor utsträckning baseras på koreanska skönhetsideal. Lou berättade att intresset för koreanska dramaserier, *K-drama*, och koreansk popmusik, *K-pop*, är en stor anledning till en ökande popularitet för koreanska hudvårdsprodukter i Indonesien:

In Indonesia, if you make like a little bit of research like, Korean skincare. Korean products, Korean stuff, like, Korean dress, Korean top. This, number one sells in Indonesia. Because, a lot of people

love the K-pop, and that's the, what is it called, the mindset of these people . . . Indonesian skin normally have like brown skin, the Indonesian skin tone in general. Like brown, we don't have that really white like Koreans. But all the makeup, basically based on Koreans. – Lou

Som tidigare beskrivits är hudblekningsprodukter och deras marknadsföring en inflytelserik faktor för reproduktionen av vithetsidealet på Bali. Lou beskriver hur intresset för koreansk popkultur har resulterat i en ökad efterfrågan på koreanska hudprodukter, som också ofta är hudblekande. Förutom ett alternativ till de tidigare produkterna, kan det tänkas att de koreanska produkterna också bidrar till en högre konsumtion av hudblekning och en normalisering av vithetsidealet. Dessa produkter använder och förstärker det redan existerande vithetsidealet och dess positiva associationer, men använder sig också av intresset för koreansk kultur och det kulturella kapital som K-pop- eller K-drama-stjärnorna besitter. I likhet med indonesiska kändisars porträttering av vithet, fungerar vitheten som ett symboliskt kapital för koreanska kändisar, där deras hud associeras med den framgång och kompetens som de besitter (Bourdieu, 1986. s.290-292; Edgerton & Robert, 2014. s.195-197).

Respondenten Sam, som arbetar på en skönhetsalong, beskrev hur det stora utbudet av koreanska produkter på marknaden har resulterat i att konsumenters intresse för mer specialiserade hudsalonger försvinner alltmer. Till skillnad från mer specialiserade salonger, med hudblekande injektioner och ansiktsbehandlingar, riktar sig dessa produkter till en bredare målgrupp, med ett större utbud av billigare hudprodukter. En intressant iakttagelse är att dessa produkter i högre grad än tidigare riktar sig till män, vilket tidigare har varit mer ovanligt. Även fokusgruppens medlemmar diskuterade det här fenomenet och styrkte påståendet att koreanska influenser har haft en stor påverkan på att forma det indonesiska skönhetsidealet, och på att reproducera vithetsidealet som något eftersträvansvärt och vackert:

Lily – I think that beauty is also becoming a stress for guys now. Before they were less but now like ...

Suzi – In Asia now, men start to use makeup. So, they start to use makeup, and plastic surgery ... in Asia, very common now, especially in Korea.

Intervjuare – And how did that evolve?

Suzi – The K-pop wave, coming to Asia. K-pop, K-drama came up, the beauty standard in Asia is like that.

Desi – I think it's a very interesting move, because now, the government of Korea they actually invest a lot of money, like training up the, soon to be artists. To promote the culture of Korea. So, it's actually, they deliberately export that for, uh, commodity.

Suzi – And now the whole Asia agrees to it. Like even male, women, which is very uncommon.

I likhet med den västerländska vitheten kan vi se hur yttre kulturer och ideal återigen omformulerar och reproducerar ett redan existerande vithetsideal i Indonesien. Till skillnad från den västerländska och eurocentriska vitheten är detta vithetsideal däremot grundat i de existerande normer som länge funnits i Ost- och Sydostasien, grundade i fysisk estetik och socioekonomisk status snarare än socialt konstruerade rasföreställningar (Li m.fl. 2008. s.445-446).

4.1.4. Västerländska influenser

Förutom dess historiska påverkan och konsekvenser, menade Desi att Indonesiens koloniala historia fortfarande kan ha varit bidragande till Indonesiens vithetsideal idag:

Because, we were invaded by the Dutch. And, ehm, so, they also perpetuate the idea that what's considered attractive is if you look like the Dutch, like white skin and all of that. So, they actually, actively speaking like, oh you look dark you're not worth it because, look at your skin kinda like that. And ehm, I think, as a society... as a country, because we are still a fairly young country, we haven't fully recovered from that idea. – Desi

Desi menar att den nederländska koloniseringen av de indonesiska öarna har varit en bidragande orsak till att förstärka och reproducera de vithetsideal som idag existerar i Indonesien. Enligt Desi var den nederländska vitheten under denna period ett starkt skönhetsideal, och genom att i högsta grad efterlikna denna vithet kunde indonesier framställa sig själva som vackra och attraktiva, vilket därigenom också skapade ett polariserande colorism inom den lokala befolkningen, mellan de som ansågs vita och attraktiva, och de som ansågs mörka och avvikande (Jones, 2000. s.1489-1491).

Även Lou berättade om liknande tankar och erfarenheter som kan visa på att det koloniala arvet och konsekvenserna av detta fortfarande är något som påverkar individers uppfattningar av vithet och skönhet:

My mom and sister don't use skin whitening because they're already white. Even like my mom has, like brown hair, not black, like usual Indonesians. Because my great grandparents are from the Netherlands, so they're, colonials. So, like, my mom gets that, caucasian look. – Lou

Familjens släktskap med nederländska kolonisationer har resulterat i att Lous mamma och syster har en hud som uppfattas som vit, och därför inte behöver blekas för att uppnå det vithetsideal som råder i Indonesien. Även om ingen av de respondenter som intervjuades i studien beskrev ett europeiskt släktskap som något eftersträvansvärt eller som en stolthet, så är det tydligt att detta släktskap ändå skulle kunna ses som en form av tillgång och resurs. Inte på grund av det biologiska bandet i sig, utan på grund av den vithet detta för med sig. Både Desi och Lous erfarenheter kan i stor utsträckning styrkas med Saraswatis beskrivningar av hur västerländska och framförallt nederländska skönhetsideal har varit betydelsefulla i utvecklingen av diskursen kring vithet i Indonesien, och hur dessa ideal senare har förstärkts genom en import av västerländsk media och reklam (Saraswati, 2013 s.36-47).

Idag kan det västerländska inflytandet i större utsträckning ses som en konsekvens av Balis enorma turistindustri och de skönhetsideal som turister för med sig, ofta kontrasterande både det kolonialistiska och det traditionella vithetsidealet. Sam berättade hur detta tydligt märks i försäljningen på skönhetsalongen där hon arbetar, och beskriver att användandet av hudblekning på de balinesiska salongerna är märkbart lägre än i andra delar av Indonesien:

... Asians want to be bright, they, they feel more beautiful if they have bright skin. But some people, I think more in Bali, some people like locals they want to be tanned also. Balinese people, they also want to be tanned, but I think for representation, I think maybe 20 percent ... So, 80 percent want to be bright, but 20 percent wants to be tanned. – Sam

Som visats i citatet ovan finns alltså en tydlig skillnad mellan försäljningen på Bali jämfört med exempelvis salonger i Java och Sumatra, men Sam berättade att tydliga skillnader fanns även mellan de salongerna som fanns på Bali. Försäljningen av hudblekande behandlingar och hudblekande produkter var ofta mer framgångsrik och populär i salongerna i Denpasar, Balis mer

konservativa och traditionella huvudstad, jämfört med salongen i Canggu, ett populärt turistområde på Bali (Sam, 3 mars 2020).

Respondenten Lou berättade också om hur hon har uppfattat tydliga skillnader mellan hennes hem i Denpasar, och i Canggu, där hon arbetar:

You live in Canggu, so you get a lot of people like getting tanned and stuff like that. But you, if you go to the city, like Denpasar or Tabanan they used to, uh, make these Korean beauty styles as a thing you know. Like me for example, because I'm 50 percent black, I'm not doing tanning or anything like that, but sometimes actually when I was in the senior high school like, doing whitening injections, because the insecurity of the self at that time, and people were calling me like: 'hey black', they just like to harass you if you're black or brown something like that. And, you're not pretty if you're dark. Like here [Canggu] people are more open minded, in tourist areas. But if you go to Denpasar, especially when you study in the university, a lot of people don't speak English and that, 'why are you so dark, do you take showers?'. That's the thing, the beauty style is different. But if you talk to people in the city, if you work with the local society, like, white skin! White skin, white people they are good. – Lou

Dessa "white people" skiljer sig alltså från de västerländska turisterna i Canggu, där vithetsidealet inte verkar vara lika starkt. Istället kan de förstås som indonesier som uppfyller det traditionella vithetsidealet, exempelvis Lous syster och mamma, som Lou benämner som "white", i kontrast till sig själv och sin far som Lou beskriver som "black". Ett annat exempel på västerländska och turism-baserade influenser framkommer i Desi's beskrivning om hur hennes förhållande med en utländsk partner fick henne att ifrågasätta en annars normaliserad vithet:

Back in Java, where I was growing up, I was actually also obsessed about being white, like fair skin. I was lucky that my skin undertone is actually a bit fairer than the usual one, so they, I'm not being bullied because I look dark or something. But once I, I dated a German, and, he actually likes me tanned so, since that time I was just like, I do whatever I want. – Desi

Den långvariga och nära kontakten med pojkvännen, som inte har växt upp och integrerats med vithetsidealet och därmed inte ser det som ett skönhetsideal på samma sätt som Desi, kan därför ha resulterat i ett ifrågasättande av en tidigare accepterad och normaliserad verklighet. Genom den här kontakten kompletterades bilden av vithet som något eftersträvansvärt och nödvändigt med en

alternativ syn. Men även om den normaliserande makten inte längre resulterar i ett vithetsideal, är den inte nödvändigtvis borta. Som Lukes beskriver är den ideologiska makten ofta irrationell och omedveten, och Desis nya preferens för mer västerländska ideal skulle också kunna ses som ett resultat av detta (Lukes, 2008. s.143). På samma sätt som vithet tidigare sågs som ett självklart skönhetsideal, kan Desis nya förhållningssätt till stor del omedvetet ha skapats av pojkvännens preferenser för mörkare hud, och genom anpassningen till en ny kulturell kontext.

Intervjuerna pekar på att västerländska influenser fortfarande kan vara inflytelserika på Bali, och att västerländska och eurocentriska skönhetsideal har en stark påverkan på många indonesiers uppfattning av skönhet. Till skillnad från tidigare kan det dock argumenteras för att de västerländska influenserna idag har en mer konflikterande och motsägelsefull position jämfört med under den koloniala perioden. De vithetsideal som uppmuntrades och reproducerades genom den nederländska koloniseringen och dess indoktrinering av historiskt nederländska ideal, är enligt respondenterna fortfarande viktiga och påverkande på Balis samtida vithetsideal. Idag är dessa koloniala influenser däremot framförallt begränsade till Balis traditionella och mer konservativa områden. Den här uppfattningen av vithet styrks också av Saraswatis argument för hur den nederländska koloniseringen och dess konsekvenser har varit en betydelsefull faktor för utvecklingen av vithetsidealet i Indonesien, och hur detta, genom framförallt media och television, har modifierats in i vår samtid (Saraswati, 2013. s.36-47).

Kontrasterande till detta mer konservativa ideal, har nyare västerländska influenser fått en betydande position i Balis mer exploaterade turistområden. Istället för att fokusera på vithet och blek hud, reproducerar dessa influenser, precis som i västvärlden, brun och solbränd hud som det eftersträvarvärda skönhetsidealet. Det kan därmed argumenteras för att det västerländska inflytandet idag till stor del dekonstruerar samma ideal som det för hundratals år sedan förstärkte och reproducerade, även om det idag inte är en lika medveten och strukturell process. Västerländsk kultur kan därför fortfarande ses som en påverkande faktor i Indonesien, specifikt på Bali där den är mer koncentrerad, men det är viktigt att uppmärksamma att den idag också uttrycker sig betydligt annorlunda än den gjort historiskt.

4.2. Vilken betydelse har vithet på Bali?

4.2.1. Ekonomisk påverkan

Precis som många av respondenterna benämnde vithet som ett uttryck för hälsa och skönhet, hade flera av dem också erfarenheter och berättelser om hur detta ideal påverkat dem mer konkret och direkt. Ett exempel är hur vithet och ytlighet ofta kan ha en stor påverkan på en persons arbetsmöjligheter och ekonomiska status. ”In job openings, they [arbetsgivaren] will shamelessly display that you have to be attractive” (Desi, 1 mars 2020). Lou berättade om liknande erfarenheter i sitt tidigare arbete inom PR vid ett läkemedelsföretag:

Before, I worked in a pharmaceutical company as public relations, and they didn't allow me to have tattoos, to have curly hair, piercings. I've got a lot of piercings, why like, 'straighten your hair, use like ... you're too dark, you look too bad', in my face. Because I met a lot of clients, like you need to be good to represent your brand. I was like, what should I do, I didn't have money to like get a caring treatment bla bla, get new stuff. And I was like, okay I give you one month. The money was really big at a time so I said like, and I really needed a job. So, I was like, give me a month and after I got my paycheck, I will buy anything, I will do anything. – Lou

Här beskriver Lou hur blek hy och vithet ofta kan vara direkt avgörande för en persons arbetssituation, och hur avvikelser från vithetsidealet bemöts med påtryckningar och uppmaningar till att uppnå detta. Arbetsgivaren påpekar att Lou inte är vit nog för att kunna jobba med företagets kunder, och hon uppmanas att bli blekare för att få fortsätta arbeta där. För att erhålla ett ekonomiskt kapital, i form av arbete och lön, behöver Lou därför skaffa sig ett symboliskt kapital, i form av vit hud, exempelvis genom hudblekande produkter eller injektioner, något som i sig ofta är dyrt. I likhet med Bourdieus beskrivning av hur symboliskt kapital kan resultera i andra former av kapital (Bourdieu, 1986. s.290-292), resulterar den vita huden i bättre möjligheter till arbete och inkomst. Eftersom dessa uppmaningar kommer från en arbetsgivare eller på annat sätt överordnad person, kan vithetsidealet uppfattas som ännu viktigare och omfattande än tidigare. Resultatet blir alltså en diskriminering grundad på fysisk skönhet och attraktivitet, men eftersom denna attraktivitet i sig är grundad på vithet och vit hy resulterar det i en form av colorism som fortsätter att förstärka och reproducera vithetsidealet (Hunter, 2002. s.181-190).

En annan respondent beskrev hur anställningsannonser i Indonesien, framförallt inom serviceyrken, ofta uttrycker direkta krav på den anställdes utseende:

Dom skriver på annonsen 'du måste se bra ut'. Så, om du är jättemörk, jag kommer ihåg, jag var från Bali så jag var jättemörk då, jag solade. Inte solade, men jag var utomhus. Och sen hon sa, 'aah, men du ser, du ser väldigt mörk ut'. Hon inte riktigt säger 'men du ser jätteful ut, jättebrun'. Men hon 'du är jättebrun!'. Det blev lite konstigt då, och jag fick inte jobbet. Och sen jag träffade en, vi pratade innan jag hade intervjun. Hon är sån vit och, du vet lite ljusare och fin. Det är hon som får jobbet. Så hur du ser ut, det påverkar om du jobbar inom, service, kan man säga. – Dana

I likhet med Lous erfarenheter, ser vi också här hur Dana uppfattar vithetsidealet som en avgörande faktor för möjligheterna till arbete och inkomst. Genom att uppmuntra eller till och med begära blekhet och vithet från anställda kan företag och ekonomiska aktörer förstärka den redan existerande normaliseringen av vithetsidealet. Personer med vitare och blekare hud belönas med bättre möjligheter till arbete och ekonomisk ersättning. Dessa personer bidrar därmed i sin tur till att porträttera vithet som ett verktyg för framgång, exempelvis för individer som aspirerar till liknande karriärer, vilket internaliserar och normaliserar vithetsidealet även hos dem. Förutom att vara en resurs och ett kriterium för produktionen av ekonomiskt kapital (genom arbete och bra lön) fungerar vitheten därmed som ett symboliskt kapital, som ett bevis och en markör för det ekonomiska kapitalet i sig (Bourdieu, 1989. s.22-25).

I likhet med den tidigare nämnda korrelationen mellan vithet och kändisskap, blir vit hud också en symbolisk markör för ett kulturellt kapital, där vitheten representerar anställdas eller chefs framgång och kompetens (Bourdieu, 1986. s.290-292). Individer som avviker från vithetsidealet uppmuntras att genom hudblekning eller andra metoder att ta avstånd från sin mörkare hy för att uppnå liknande framgång. I likhet med den ideologiska makten influerar vithetsidealet individers föreställningar och önskningar, och vit hy internaliseras till något eftersträvänt, medan mörk hy ses som en nackdel som helst borde undvikas (Lukes, 2008. s.143-145).

4.2.2. Social påverkan

Flera av respondenterna förklarade att de ofta upplevt osäkerhet, självtvivel och stigmatisering som följd av skönhetsrester och vithetsideal. Lou berättade om hur hon ofta upplevt sig socialt

utsatt och diskriminerad på grund av sin mörkare hy, och hur denna stigmatisering även är vanligt förekommande inom den egna familjen:

I remember even my mum was like 'oh you look so dark, like, scrub yourself so you look lighter' your parents teach you like that. And in elementary school people were like 'hey black, come here!' even like my cousin called me black, said 'Black [Lou]' My sister, I mean like, she wants to be white, and I'm glad she is, she's not worried about my dad's skin, like I do.

Här skiljer Lou återigen mellan sig själv och sin syster, där den ena definieras som "black" och den andra som "white", trots att de båda har samma familj, föräldrar och ursprung, och förklarar att hennes mörkare hud ledde till stigmatisering i skolan, men också inom den egna familjen. Den vithet som Lou refererar till beskrivs som reflexiv och dynamisk, inte kopplad till etnicitet eller ursprung på samma sätt som den mer västerländska och eurocentriska förståelsen för begreppet (Frankenberg, 1993. s.1-6). Utifrån den här förståelsen kan en person därmed också förändra sin hudfärg, precis som Lous vän som tog injektionsbehandlingar varje vecka för att försöka efterlikna den indonesiska sångaren Raisa Andriana (Lou, 5 mars 2020).

Andra respondenter beskrev liknande scenarier, och menade att sådana kommentarer inte nödvändigtvis syftar till att vara kränkande eller nedsättande, utan att detta är återkommande åsikter och tankar även inom kompiskretsar och familj. Två av respondenterna exemplifierade detta i kommentarer de mottagit från vänner efter att ha befunnit sig i solen under en längre period: "you look like a farmer" och "you look darker, you better stay at home now" (Desi & Suzi, 1 mars 2020). Här kan vi återigen se hur vithet beskrivs som en form av resurs och kapital, snarare än något essentiellt och inneboende. Något som kan förloras och skapas, och som individen därför måste ta hand om och vårda, exempelvis genom att hålla sig inomhus för att undvika solen.

Erfarenheterna i de här intervjuerna kan ses som ett resultat av hur vithetsidealet internaliserar sig och normaliseras från tidig ålder, som en följd av exempelvis reklam, media och uppfostran. Vithetens normalisering och naturlighet gör den till en självklar måttstock mot vilket både vänner och främlingar bedöms utifrån redan från en tidig ålder, utan att problematisera eller överväga hur denna jämförelse uppfattas. Att efterfölja vithetsidealet fungerar därför som ett sätt att begränsa stigmatisering från såväl vänner som familj, och som ett sätt att undvika eventuell konflikt och friktion i relationer. Denna stigmatisering gör också att vitheten kan vara avgörande för att undvika

diskriminering och colorism från andra individer, som arbetsgivare eller klasskamrater (Jones, 2000. s.1489-1491).

Respondenten Suzi berättade om hur större delen av hennes umgängeskrets använder sig av kemiska injektioner och behandlingar för att göra sig mer bleka. Suzi menade att blekare hud är en stor del av målet, men att vitheten också blir ett bevis för att personen har råd att betala för behandlingen:

Suzi – Now they have this injection, they have like the, what’s the name in English, IV?

Desi – Like IV?

Suzi – IV yeah

Desi – IV, like they put vitamin C in your skin...

Suzi – To make you lighter, because it’s high in glutathione? Something like that, glutathione to kill your melanin.

Intervjuare – And have you seen this yourself?

Suzi – Oh yeah, my friends done it, it’s like 100 dollars for treatment. It’s very expensive. So, once again, it’s social status. If you can afford it, you’re rich. The fairer you are, the paler you are, you are rich, so everyone wants that.

Suzi refererar här till intravenösa doseringar av glutation, en form av antioxidant som används inom kosmetika för att bryta ner melanin och därigenom bleka huden. Effektiviteten och säkerheten i dessa behandlingar är omstridd, och detsamma gäller bieffekter från användandet av glutation, vilket har resulterat i att ämnet förbjudits för hudblekning i flera länder (Sonthiala, Daulatabad & Sarkar, 2016. s.262-272). Trots detta berättade Sam att dessa behandlingar fortfarande är väldigt vanliga och populära i Indonesien, och majoriteten av respondenterna beskrev hur de själva eller någon i deras närhet har använt sig av detta. Som Suzi själv beskriver det behöver målet med hudblekningen inte enbart vara en vitare hud, och att uppnå vithetsidealet. Eftersom dessa injektioner ofta är kostsamma blir vitheten också ett symboliskt kapital som i sig legitimerar individens socioekonomiska status (Bourdieu, 1986. s.190-194).

Dana beskrev på liknande sätt vit hud som en tydlig markör för social och ekonomisk status, ett slags bevis på att personen inte är fattig eller har det dåligt ställt. Vithet kan exempelvis ses som ett tecken på att individen har råd att köpa och köra bil, och därmed slipper röra sig i solen. Dana

förklarade att detta är anledningen till att många fotgängare eller motorcyklister i Indonesien bär långärmade och heltäckande kläder för att undvika solen (Dana, 24 april 2020). Detta var något som jag själv observerade på Bali, där turisternas shorts och linnen stod i stark kontrast till många indonesier till fots eller på motorcykel använde sig av jeans, hattar, handskar och jackor för att undvika solen.

Utifrån Danas och Suzis erfarenheter kan det återigen tänkas att den vita huden fungerar som en form av symboliskt kapital på Bali. Vit hud kan fungera som en symbol för en individs ekonomiska kapital, exempelvis att ha råd med en bil, att inte behöva arbeta i solen, och att ha råd med dyra hudbehandlingar. Baserat på det här perspektivet, kan vitheten också ses som en symbol för det kulturella kapital som denna ekonomiska status sammankopplas med, exempelvis ambition, framgång och kompetens i arbetslivet (Bourdieu, 1986. s.289-294).

Förutom som en markör för socioekonomisk status, beskrevs vithet i flera fall som en viktig resurs vid romantiska relationer. Flera av respondenterna menade att vit och blek hy ofta kan vara en avgörande resurs för kvinnor som vill träffa en partner. Exempelvis kan vi se det i respondenten Desi, som slutade bleka sin hy när hon träffade en utländsk partner och därmed inte längre behövde resursen (Desi, 1 mars 2020). Dana, som har en svensk partner, hade också erfarenheter av detta:

Jag skulle säga, killar tycker om lite ljusare hud, och det är ju ofta därför tjejer brukar köpa whitening-kräm och grejer. Så då, skulle dom träffa någon, det är alltid så ... Det är dom som, ljusare hud tjejer, dom har lite lättare att få, få kille eller vara i förhållande. Det är många som säger också där i Indonesien, tjejer som har västerlänning killar, vi har jättedåligt rykte. Om en tjej, och sen har brun hud det är sån 'haha, hon måste vara med en vit kille'. Kolla på Bali, dom som är med västerländsk kille är alltid lite mörkare ... Det är ofta så 'hon är söt, men hon är lite mörk'. Det är ofta så, sen jag var liten. 'hon är jättesöt men hon är mörk'. Därför vi kallar det, *hitam manis*, i Indonesien. Det är som, svart-söt. Vi har ett uttryck, Om vi träffar en tjej som är lite mörk, men hon är jättefin, vi kallar det hitam manis, det betyder svart söt. Så killarna brukar säga, mina kusiner, 'åh, jag träffade en tjej, och hon är svart-söt, men hon är jättemörk då, då mina barn kommer bli mörka, det är så.

Intervjuare – Men är det ovanligt att träffa killar som dejtade mörkare tjejer?

Jag har aldrig träffat någon som, där tjejerna är mörkare än killen. Aldrig, i min familj eller kompisar. – Dana

Lou, som också har en utländsk pojkvän, berättade liknande erfarenheter om hur hudfärg och blekhet på många sätt kan vara avgörande för möjligheterna att hitta en indonesisk partner. Kvinnor som inte anses vara bleka eller vita har i större grad svårare att dejta eller träffa en indonesisk partner. Hon menar också att det här till stor del är förklaringen till varför hon trivs bättre i turistområdet Canggu, eftersom de flesta utlänningar och turister inte har samma ideal och preferenser (Lou, 5 mars 2020).

Flera av respondenterna beskriver hur det på Bali och i Indonesien ofta finns starka ideal och förväntningar om kärnfamiljer, bestående av mannen som försörjare och kvinnan som hemmafru och moder:

Our parents teach us to be good with our husbands, stay at home ... For example, I'm not married right now, I work. After I marry, I stop work. Even my mom do that, not working, housewife. – Lou.

När jag va liten min mamma brukade säga, men nej, en flicka måste vara ljus, du vet. Annars du ska inte få en man, det är ingen man som skulle tycka om dig. Man får ju, det är inte bara min mamma, det är alla. Dom säger så, min kusin hennes mamma säger samma sak – Dana

Respondenterna beskriver att äktenskap och familj är något som ofta förväntas av yngre kvinnor i Indonesien, och att den egna familjen och släkten ofta är starkt uppmuntrande till detta. Som tidigare beskrivits gör vithetsidealet i Indonesien att möjligheterna till äktenskap eller till att hitta en partner kan vara starkt påverkade av kvinnans hudfärg, eftersom blekare kvinnor ofta uppfattas som mer attraktiva som partners. Kvinnor som inte uppnår vithetsidealet, frivilligt eller ej, kan därför drabbas av en stigmatiserad colorism, underprioriterade av potentiella partners, och påtryckta och ifrågasatta inom den egna familjen (Hunter, 2002. s.175-177). Genom dess koppling till kvinnlighet, värdighet och attraktion, blir vithet inte enbart ett sätt att undvika stigmatisering, diskriminering och bristande självkänsla. Det blir också en viktig resurs för att skaffa sig ett socialt kapital genom en partner och en egen familj, men också för att reproducera det sociala kapitalet som kvinnan redan har, med föräldrar, syskon och den egna släkten.

4.3. Avslutande diskussion

Utifrån denna studie kan vithetsidealet på Bali förstås som resultatet av en lång och dynamisk förhandling mellan lokala, globala, moderna och traditionella influenser. Med utgångspunkt i tidigare forskning har vithetsidealet beskrivits som ett historiskt avtryck av framförallt hinduiska, västerländska och östasiatiska värderingar och ideal. Genom samtal med respondenterna ser vi däremot hur idealet fortfarande förändras på Bali, där det idag tydligare förstärks, men också utmanas, av mer samtida ideal från framförallt Sydkorea och västvärlden.

Vithet kan förstås som en markör för individers sociala och ekonomiska position i samhället, och samtliga av studiens tio respondenter har beskrivit hur de upplevt konsekvenserna av detta inom bland annat familjen, arbetet, skolan och kompiskretsen. Utifrån Bourdieus teorier kan vitheten förstås som ett symboliskt kapital, som erhålls genom att uppnå och bevara blek hud och därigenom efterleva samhällets vithetsideal. Det symboliska kapitalet resulterar i sin tur i ett ökat ekonomiskt, kulturellt och socialt kapital, något vi har sett i den här studien i formen av ökade arbetsmöjligheter, tillgången till sociala relationer och familj, samt uppfattningar av skönhet och självidentitet. Vithet på Bali blir därför en avgörande resurs för individers samhällsliga status, och en faktor för hur de uppfattas och behandlas av sin omvärld. Vithetens överrepresentation inom reklam, TV och i kändisvärlden gör den till en markör för kändisars kulturella status och kapital, och konsumtionen av hudblekande produkter marknadsförs som ett verktyg för att nå liknande framgång. Vithetsidealets största påverkan kan kanske ses i dess betydelse för det sociala kapitalet. Det kan vara en viktig faktor för att attrahera en partner, och potentiellt avgörande för relationer och ett framtida familjeliv, något som på Bali är väldigt viktigt. Vitheten kan också vara viktigt för att bibehålla vänskaps- och familjerelationer, och att efterfölja vithetsidealet blir ett sätt att undvika stigmatisering och colorism från såväl nära som främmade kontakter och relationer.

Genom studiens observationer och intervjuer kan vi se hur ett växande utbud och marknadsföring av hudblekande produkter och behandlingar är starkt bidragande faktorer till vithetsidealets konstruktion och reproduktion på Bali. Genom att associeras med positiva egenskaper och drag, som framgången hos kända personer, eller porträtteringen av hudprodukters naturlighet och renlighet, internaliseras sig vithetsidealet från tidig ålder genom reklam, television och sociala medier. Utifrån ett maktperspektiv kan vi se hur detta resulterar i en normaliserad och idealiserad

vithet, som trots dess ofta destruktiva uttryck fortsätter att vara eftertraktad, vilket leder till dess fortsatta reproduktion.

Trots att den indonesiska vithetens ursprung på många sätt liknar dess västerländska motsvarighet och dess konsekvenser, i form av stigmatisering och en diskriminerande colorism, är det viktigt att poängtera att dess ursprung och uttryck på många sätt också kan skilja sig. Vi kan se hur Indonesiens postkoloniala historia på många sätt har förstärkt och reproducerat vithetsidealet på Bali, men att denna vithet också har existerat och varit viktigt sedan långt innan Indonesiens kontakt med Europa och västvärlden. Denna vithet bygger inte i samma utsträckning på de etniska och rasifierade föreställningar som relateras till begreppet i västvärlden. Istället kan det vara mer relevant att se vithet som något dynamiskt och fysiskt, något som kan produceras och förloras.

Sammanfattningsvis kan Balis vithetsideal och hudblekningsindustri ses som ett uttryck för flertalet samverkande men separata faktorer. Kombinationen av historiskt traditionella och strukturella normer, tillsammans med en lättillgänglig marknad och en växande global industri gör fenomenet till ett komplext och flerdimensionellt ämne. Trots en ökad förståelse och en djupare insyn i vithetsidealets manifestation på Bali, är det viktigt att poängtera att denna förståelse i sig inte kan generaliseras eller ses som definitiv. Istället kan en kombination av andra perspektiv, ingångar och förståelse vara nödvändig för att skapa en mer välrepresenterad och överskådlig bild av fenomenet.

4.4. Framtida forskning och andra reflektioner

Under mina intervjuer kom det under flera tillfällen upp intressanta reflektioner och åsikter som jag valt att inte ta upp och diskutera i den här studien, framförallt på grund utrymmesbrist, men också för att dessa perspektiv kan tänkas behöva ett djupare och tydligare fokus på just dessa. Flera av respondenterna pratade mycket om sociala medier, framförallt Instagram, som en promotor för skönhetsideal och skönhetstrender på Bali och i Indonesien. Många av dessa ideal kretsade kring vithet och sydkoreanska ideal, något som tagits upp i studien, men det fanns även reflektioner om att sociala medier på många sätt kan fungera som en form av motstånd till dessa ideal. Exempel gavs på hur Instagram ger utrymme och tillfällen för individer och modeller som annars inte ses som aktuella, framförallt individer med mörkare hud, en digital plattform där de kan förespråka

och porträtter alternativa ideal till den normaliserade vitheten. Utökade studier inom detta ämne skulle kunna vara intressanta för att se hur sociala medier har påverkat dessa ideal, och hur detta kan tänkas påverka vithetsidealet i framtiden.

I många av respondenternas svar kan vitheten uppfattas som en del av en patriarkal struktur, där kvinnor i högre utsträckning förväntas efterfölja detta, eftersom det påverkar deras chanser att finna en manlig partner och följaktligen skapa en familj. Då studien fokuserat på framförallt kvinnor, och då samtliga respondenter har varit kvinnor, vore det intressant att undersöka hur vitheten påverkar andra grupper, och hur dessa förhåller sig till de ideal som hittills har tagits upp.

5. Källförteckning

5.1. Tryckta källor

Ahmed, S. (2011). *Vithetens hegemoni*. Hägersten: Tankekraft

Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber

Ayyar, V., Khandare, L., & Hall, R. (2013). Mapping Color and Caste Discrimination in Indian Society. In *The Melanin Millennium: Skin Color as 21st Century International Discourse*. Dordrecht: Springer Netherlands

Bergström, G. & Boréus, K. (2018). *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys* (fjärde upplagan). Lund: Studentlitteratur

Boehnert, J. (2018). *Design, Ecology, Politics: Towards the Ecocene*. (1st ed.). London: Bloomsbury Publishing.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (Routledge classics). London: Routledge.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In: Richardson, J., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood: 241–58.

Danermark, B., Ekström, M., Jakobsen, L., & Karlsson, J. (2003). *Att förklara samhället*. (andra upplagan). Lund: Studentlitteratur.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2012) *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (fjärde upplagan). Stockholm: Norstedts Juridik

Frankenberg, R. (1993). *White women, race matters: The social construction of whiteness*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Gilje, N., & Grimen, H. (1992). *Samhällsvetenskapens förutsättningar*. (Sjunde upplagan). Göteborg: Daidalos.

Hallin, A., & Helin, J. (2018) *Intervjuer*. Lund: Studentlitteratur

Haugaard, M. (2002). *Power: A reader*. Manchester: University Press

Jones, G. (2010). *Beauty Imagined: A History of the Global Beauty Industry*. Oxford: University Press.

Lukes, S., & Gundenäs, H. (2008). *Maktens ansikten*. Göteborg: Daidalos

Saraswati, A. (2013). *Seeing Beauty, Sensing Race in Transnational Indonesia*. Honolulu: University of Hawai'i Press

Sharpley, R., & Telfer, D. (2002). *Tourism and development: Concepts and issues* (Aspects of tourism, 5). Clevedon: Channel View.

Orna, M. (2012). *The Chemical History of Color* (2013 ed., SpringerBriefs in Molecular Science). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

5.2. Otryckta källor

BBC News. (2018) Does fashion have a cultural appropriation problem? Hämtad 2020-03-20 från: <https://www.bbc.com/news/newsbeat-46297329>

The Society Pages. (2011). White privilege: "Flesh-Colored". Hämtad 2020-03-28 från: <https://thesocietypages.org/socimages/2011/12/08/white-privilege>

Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

5.3. Vetenskapliga artiklar

Bourdieu, P. (1989). Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, 7(1), 14-25.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

Côté-Arsenault, D., & Morrison-Beedy, D. (1999). Practical Advice for Planning and Conducting Focus Groups. *Nursing Research*, 48(5), 280-283.

Desmedt, B., Courselle, P., De Beer, J., Rogiers, V., Grosber, M., Deconinck, E., & De Paepe, K. (2016). Overview of skin whitening agents with an insight into the illegal cosmetic market in Europe. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology*, 30(6), 943-950.

Edgerton, J., & Roberts, L. (2014). Cultural capital or habitus? Bourdieu and beyond in the explanation of enduring educational inequality. *Theory and Research in Education*, 12(2), 193-220.

Gallagher, C. (2003). Color-Blind Privilege: The Social and Political Functions of Erasing the Color Line in Post Race America. *Race, Gender & Class*, 10(4), 22-37.

- Hunt, K., Fate, J., & Dodds, B. (2011). Cultural And Social Influences On The Perception Of Beauty: A Case Analysis Of The Cosmetics Industry. *Journal of Business Case Studies*, 7(1), 1-10.
- Hunter, M. (2002). 'If you're light you're alright': Light skin color as social capital for women of color. *Gender and Society*, 16(2), 175-193.
- Hunter, M. (2011). Buying Racial Capital: Skin-Bleaching and Cosmetic Surgery in a Globalized World. *The Journal of Pan African Studies (Online)*, 4(4), 142-164.
- Jones, G. (2011). Globalization and beauty: A historical and firm perspective. *EurAmerica*, 41(4), 885-916.
- Jones, T. (2000). Shades of brown: The law of skin color. *Duke Law Journal*, 49(6), 1487-1557.
- Krishen, A., Latour, M., & Alishah, E. (2014). Asian Females in an Advertising Context: Exploring Skin Tone Tension. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 35(1), 71-85.
- Li, E., Min, H., Belk, R., & Kimura, J. (2008). Skin Lightening and Beauty in Four Asian Cultures. *Advances in Consumer Research*, 35, 1.
- Nishime, L. (2017). Whitewashing Yellow Futures in *Ex Machina*, *Cloud Atlas*, and *Advantageous*: Gender, Labor, and Technology in Sci-fi Film. *Journal of Asian American Studies*, 20(1), 29-49,136
- Nowell, L., Norris, J., White, D., & Moules, N. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 160940691773384.
- Rahier, J. (1999). Body politics in black and white: Señoras, Mujeres, Blanqueamiento and Miss Esmeraldas 1997-1998, Ecuador. *Women & Performance: A Journal of Feminist Theory*, 11(1), 103-120.
- Randle, H. (1997). Suntanning: Differences in Perceptions Throughout History. *Mayo Clinic Proceedings*, 72(5), 461-466.
- Shroff, H., Diedrichs, P., & Craddock, N. (2018). Skin Color, Cultural Capital, and Beauty Products: An Investigation of the Use of Skin Fairness Products in Mumbai, India. *Frontiers in Public Health*, 5, 365.
- Sonthalia, S., Daulatabad, D., & Sarkar, R. (2016). Glutathione as a skin whitening agent: Facts, myths, evidence and controversies. *Indian Journal of Dermatology, Venereology and Leprology*, 82(3), 262-272.

Sturges, J., & Hanrahan, K. (2004). Comparing Telephone and Face-to-Face Qualitative Interviewing: A Research Note. *Qualitative Research*, 4(1), 107-118.

Wulan, R.R. (2017). The Myth of White Skin: A Postcolonial Review of Cosmetics Ads in Indonesia. *SHS Web of Conferences*, Vol.33.

6. Bilagor

6.1. Bilaga 1. Intervjuguide för fokusgrupp

Öppningsfråga

- When I say beauty, what is the first thing that comes to your mind?

Introduktionsfrågor

- What do you think are some of the most common beauty ideals of today?
- Do you think that the concept of beauty has changed from what it used to be in the past? (Your parents etc)

Transitionsfrågor

- What would you say is the main source of exposure to the beauty standards of today?
- In what ways do you think people your age pursue these concepts of beauty?

Nyckelfrågor

- Thinking back over the last years, during what moments have you yourself felt the most affected by the concept of beauty standards?
- What do you think are some of the most negative aspects of trying to fit into certain beauty standards?
- What are your thoughts on the use of skin whitening products in Indonesia?
- Why do you think people are using these products?

Avslut

- What do you think is the most important thing that we've talked about here today?
- Is there anything you feel we haven't talked about in today's meeting?