



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH  
KOMMUNIKATION**

# **VAD TITTAR BARNEN PÅ, EGENTLIGEN?**

Representation i Youtubeinnehåll som konsumeras av barn i åldern 9–12 år.

**Matilda Liebig**

---

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	MK1501
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht/2022
Handledare:	Malin Sveningsson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

# Abstract

Uppsats/Examensarbete: 15 hp  
Program och/eller kurs: MK1501  
Nivå: Grundnivå  
Termin/år: Ht/2022  
Handledare: Malin Sveningsson  
Kursansvarig: Malin Sveningsson

Sidantal: 63, exklusive bilagor  
Antal ord: 18 705 ord  
Nyckelord: Representation, Youtube, barn, genus, intersektionalitet, ECA

---

**Syfte:** Syftet är att undersöka *vem* som representeras och *hur* i innehåll som publiceras på Youtube och som konsumeras av barn i åldersgruppen 9–12 år, i en svensk kontext.

**Teori:** Stuart Halls representationsteori, inklusive stereotypisering, genusteori enligt Yvonne Hirdman, intersektionalitet enligt Paulina de los Reyes och Diana Mulinari.

**Metod:** Etnografisk innehållsanalys (ECA).

**Material:** 3 Youtubevideor från 3 olika Youtubekanaler – *Therese Lindgren, Familjen Lundell* och *Ijustwanttobecool2*.

**Resultat:** Resultaten i studien visar på att innehållet domineras av vita personer, där majoriteten av samtliga figuranter är män. Det är vanligare med upprätthållande av diverse (köns)normer snarare än att de bryts, speciellt gällande utseende. Vad gäller könsstereotypiska mönster finns det vissa tendenser till detta, speciellt i relation till beteende och ansvarstagande, men vi ser också att när normer eller stereotyper bryts görs detta främst av kvinnorna i innehållet. Stereotypisering förekommer i viss mån, oftast inte som aktiva företeelser utan snarare som underliggande beteenden. Dessa kan tänkas rota sig i hegemoni och ojämlika maktförhållanden, eller med hänsyn till en förgivettagen hierarki. Övergripande visar även samtliga samspel, ur ett genus- och intersektionellt perspektiv, på att den vita mannen är högst upp i hierarkin.

## Executive summary

Different media outlets have a big role in shaping our perception of reality, perhaps even more so for children. They have fewer reference points with real life than us adult, what they see in various channels is more or less all they know of the outside world. Therefore, when it comes to equality between the sexes and other differences – such as class, sexuality, and ethnicity – media can be considered to play an important part in driving equality forward, but also potentially slowing it down.

The purpose of this study is to examine representation in the content on the digital platform Youtube consumed by children aged 9 to 12 in Sweden. Three popular Swedish Youtube channels in the age group have been selected, and one video from each channel have been analysed using the ethnographic content analysis (ECA) according to Altheide and Schneider (2013). The study includes theories of representation, gender, and intersectionality, and is focused on different visible norms and stereotypes in the content, both reinforced and opposed. The study ends with a discussion of what meaning making processes that possibly could occur for children consuming these particular Youtube channels.

The questions that this study set out to answer are who is portrayed in the videos, how much space are they allowed, how are they portrayed in regard to different norms and stereotypes correlated to gender and ethnicity, and lastly what relationships are observed between the individuals in the videos and what sort of power dynamics exist within these relations?

The results show that the content consist mainly of white people and that the majority of all portrayed individuals are men. This goes in line with the current statistical representation in traditional media as well. It is also more common with upholding of various norms than opposing them, and some stereotypes can be seen as prominent. The hierarchy which places the man before the woman can also be considered salient, this being visible in discourse and areas of responsibility. Overall, the content can be seen as reproducing a certain way of being and living, and therefor create a perception of right and wrong, for both women and men.

# Innehållsförteckning

Inledning.....	6
Studiens relevans.....	7
Syfte .....	10
Frågeställningar.....	10
Bakgrund.....	11
Youtube.....	11
Youtubers.....	11
Tidigare forskning.....	13
Representation offline och online.....	13
Youtube och dess innehåll.....	16
Teori.....	20
Representation enligt Stuart Hall.....	20
Semiotik.....	21
Stereotypisering.....	23
Genus- och intersektionalitetsteori.....	25
Genus.....	25
Könsnormer- och stereotyper.....	26
Intersektionalitet.....	27
Metod.....	30
Etnografisk innehållsanalys.....	30
Urval.....	33
Ålder och urval av kanaler.....	33
Urval av videor.....	34
Metoddiskussion.....	36
Studiens kvalitet.....	37
Resultat och analys.....	40
Aktörer och utrymme.....	40
Normer och stereotyper.....	43
Maktförhållanden.....	49
Slutsats & diskussion.....	53
Reflektioner kring studien.....	56
Förslag på vidare forskning.....	57
Referenser.....	58
Bilagor.....	64
Bilaga 1. Analysprotokoll.....	64



# Inledning

Sveriges anses vara ett av världens mest jämställda land, däremot finns det en lång väg att gå även för Sverige när det gäller arbetet för jämställdhet mellan kvinnor och män, något som märks inte minst i fördelningen mellan talespersoner i svensk media. Fördelningen mellan folkbokförda kvinnor och män är nästintill jämfördelad i Sverige, däremot utav de som uttalar sig i svenska nyhetsmedier är 67,6 procent män, 32,1 procent kvinnor, 0,3 procent är okänt och icke-binära uppgås till 0 procent (Rättviseförmedlingen, 2018:6).

Jämställdhet handlar om att kvinnor och män ska ha samma rättigheter oberoende av sitt biologiska kön, men lika relevant är jämlikhet som handlar om att *alla* ska ses som lika trots sina olikheter. Vilket då även inkluderar sexuell läggning, normbrytande kroppar, funktionshinder, ålder, etnicitet, klass, etcetera. Vad gäller jämlikhet är Sverige betydligt sämre, LO beskriver att ”Sverige är det land i västvärlden där ojämlikheten ökat mest under de senaste decennierna” (LO, 2019). När det kommer till etnisk fördelning av talespersoner i svensk media är cirka 21 procent av Sveriges befolkning av utomnordiskt ursprung, och 13,3 procent får uttala sig i media, och återigen fler män än kvinnor (Rättviseförmedlingen, 2018:6). Generellt i svenska medier, som även berör reklam och underhållning, får även icke-vita personer ofta passiva roller, utan tal och interaktion (Osanami Törngren m.fl., 2021:64).

Det kan tänkas vara flera faktorer i samhället som bidrar och påverkar jämlikhet, som demokrati och politik, men även uppfostran och skolgång – helt enkelt utifrån de omständigheter och den sociala kontext vi växer upp i. Gripsrud (2011:19) menar att när barn växer upp påverkas de av två socialiseringsprocesser, den primära och den sekundära. Den primära innefattar de närmsta, som familjen, och den sekundära de övriga samhällsinstitutionerna utanför familjen, såsom skola, idrottsföreningar och arbetsplats, men kanske viktigast är medierna.

”Medierna bidrar till att definiera verkligheten omkring oss, därmed också definiera vilka vi är (...) De visar oss delar och dimensioner av världen som vi inte själva upplevt och kanske aldrig kommer att uppleva. Som mottagare av allt detta tvingas vi bilda oss någon slags uppfattning om vad vi själva står, vilka vi är, vilka vi vill vara eller bli – och vilka vi under alla omständigheter inte vill vara eller bli.” (Gripsrud, 2011:20)

Medierna har en viktig roll i att spegla samhällets demografi (Frigyes, 2021:22), det vill säga faktorer som kön, klasstillhörighet, ålder och etnicitet. ”De man ser agera i rutan blir ett budskap om vilka individer och typer som är värda att exponera” (ibid, s.27). Man kan därmed säga att en viktig del på vägen kring hur jämlikhet bildas i våra sinnen skapas av vad vi möter i samhället och i medier, det vill säga via *representation*. Gripsrud (2011:27ff) menar att mediernas utbud må vara varierat men det speglar trots det säkerligen inte alla medlemmar av samhället och är inte heller garanterat att vara sanningsenligt, något som är viktigt eftersom många av föreställningarna kring hur världen ser ut och är grundar sig i den bilden som sänds ut.

Vi kan därmed sägas lära oss väldigt mycket som barn om hur världen funkar, ser ut och vad som anses vara rätt och fel, vem som tillhör och inte, baserat på de medier som konsumeras. Vem som syns i medier och hur de syns förmedlar en bild för barnen som de tar med sig, gentemot sig själva och andra. Men, med nya mediers framväxt kan detta tänkas påverka medierepresentationen och göra den mer diversifierad, då vem som helst enklare kan bli en producent och dela medieinnehåll. En nyfikenhet väcks kring hur det ser ut i dessa nyare medielandskap, som dessutom konsumeras i stor utsträckning av barn och unga.

## Studiens relevans

Ur ett utomvetenskapligt perspektiv är representation i medier naturligtvis intressant, eftersom utan medvetenhet reproduceras detta meningsskapande som kan vara mer eller mindre sant, och som potentiellt kan begränsa utveckling relaterat till jämställdhet och jämlikhet.

Jämställdhet och feminism har debatterats i årtionden, och man kan hävda att Sverige är mer jämställt än någonsin tidigare och det ska inte undermineras, men utvecklingen kan omöjligen anses som klar. Om män, kvinnor och icke-binära inte får komma till tals i medier eller representeras i samma utsträckning och på samma villkor blir fördelningen inte jämställd.

Representation är ett begrepp som handlar både om hur mycket och på vilket sätt personer ur olika grupper visas upp. Skillnader i framställning kan ta sig i uttryck på många olika sätt och de kan ofta underminera det individuella, dels personlighetsdrag, dels åsikter. Om representationen i olika medier blir mer jämlik vad gäller fördelning men också mer neutral gällande framställning kan detta gynna kvinnor, män och icke-binära – även sett till etnicitet – i det verkliga livet.

Det finns flera studier kring genus och representation inom medie- och kommunikationsforskningen, men det kan argumenteras för att så länge ett problem fortfarande existerar är det fortfarande relevant att forska om och kartlägga. Synliggörandet och studerandet kring hur exempelvis stereotyper och könsroller får rättfärdigas, normaliseras och upprätthålls, är ett första steg i arbetet med att förändra det.

Flera tidigare studier gällande representation är ofta fokuserade kring nyhetsmedier och reklam, de sociala könen och generellt innehåll som riktar sig till vuxna (se exempelvis Gill, 2008; Gough, 2007; KhosraviNik, 2010). Studier om barns mediekonsumtion handlar i sin tur ofta om hur de påverkas av medieinnehållet (se exempelvis Anderson m.fl. 2003; Gentile m.fl. 2009; Strasburger m.fl. 2010). Däremot finns det mindre gjort om innehållet i sig som barnen konsumerar. Vidare förändras vårt medieklimat i rask takt och med detta har den digitala utvecklingen och tillgången till bland annat sociala medier, film och serier, och andra sociala plattformar växt enormt de senaste 10 åren, och det kan tänkas att barn och ungdomar blir extra utsatta i relation till detta.

Enligt Internetstiftelsens (2022:167ff) rapport *Svenskarna och Internet 2022* är Youtube den plattform som flest barn använder. Deras användning av digitala medier är positiv i flera bemärkelser vad gäller exempelvis sociala kontakter och inläring, men det kan tänkas att de är mer sårbara vad gäller just meningsskapande och konsekvenserna av representation, eftersom de har färre jämförelsepunkter till livet utanför olika medier. Barn och unga har heller inte ett lika utvecklat kritiskt tänkande och förståelse som vuxna gällande medieinnehåll. Enligt Martínez & Olsson (2019:36) har få studier genomförts gällande barn och Youtubers, vilket ytterligare motiverar studien och gör denna grupp i samhället intressant att fokusera på. Vidare har många studier som genomförts fokuserat på ungas egen uppfattning (se Martínez & Olsson, 2019; Zimmermann m.fl., 2020) eller mer kvantitativa innehållsanalyser (Castillo-Abdul m.fl. 2020), vilket motiverar en kvalitativ analys som fördjupande undersöker innehållet.

Många tidigare studier har därtill, som sagt, ofta fokuserat på hur män respektive kvinnor framställs, men det kan tänkas att inkluderandet av intersektionalitet ytterligare kan vidga förståelsen. Intersektionalitet handlar om att synliggöra hur olika maktordningar och diskrimineringsgrunder påverkar och samverkar, som exempelvis kön, klass och etnicitet (Jämställdhetsmyndigheten, 2022). Därmed motiveras att undersöka representationen i



innehåll som konsumeras av barn – sett till genus och etnicitet – detta för att få vidare  
förståelse för hur exempelvis kvinnor representeras, men också med hänsyn till ett bredare  
spektrum av maktordningar utöver kön.

## Syfte

Syftet är att undersöka *vem* som representeras och *hur* i innehåll som publiceras på Youtube och som konsumeras av barn i åldersgruppen 9–12 år, i en svensk kontext. Mer specifikt vill uppsatsen beskriva hur män respektive kvinnor framställs i innehåll, samt hur deras samspel sinsemellan ser ut – i relation till genus och etnicitet. Detta avses besvaras med följande frågeställningar:

### Frågeställningar

- Vem/vilka får utrymme, och hur mycket utrymme får respektive individ, i innehållet?
- Hur framställs individer i innehållet i relation till normer och stereotyper som berör kön och etnicitet?
- Hur framställs individer i innehållet i relation till maktförhållanden och deras samspel med varandra?

# Bakgrund

## Youtube

Youtube är en videodelningsplattform som lanserades 2005 och ägs av Google som köpte upp sajten redan 2006. 2 år efter det uppgavs den vara bland de 10 mest besökta webbplatserna globalt (Burgess & Green, 2009: vii+1). Youtube har sedan september i år (2022) över 80 miljoner musik- och premiumprenumeranter globalt (Cohen, 2022).

Videodelningsplattformen beskrivs bland annat som att vara en sajt för deltagarkultur, och vidare som "both a 'top-down' platform for the distribution of popular culture and a 'bottom-up' platform for vernacular creativity" (Burgess & Green, 2009:6). Den har gått från att vara en plats för personlig lagring av videor till en plattform för innehåll och självuttryck, men utan att Youtube är innehållsproducent i sig. De som bidrar till innehållet på sidan kännetecknas utav diversitet, det är allt från små aktörer, som privatpersoner, till stora medieföretag, som tv-stationer (Burgess & Green, 2009: vii+4–6).

Enligt Youtubes användarvillkor får man använda tjänsten om man är över 13 år, men det gäller med vårdnadshavares tillåtelse om man är under 18 år (Youtube, 2022). Dock får barn i alla åldrar använda den utvecklade tjänsten *Youtube Kids* som aktiveras av ens vårdnadshavare. Youtube Kids är en separat app med tillgång till färre och filtrerade videor, och som ens vårdnadshavare kan kontrollera, med syftet att vara "barnvänliga" för en tryggare och säkrare upplevelse (Youtube, u.å.).

## Youtubers

Några som har en viktig roll på Youtube är de personer som skapar innehållet, så kallade *Youtubers*. Burgess och Green (2009:58–59) beskriver rollen som en del utav gemenskapen, men med mer ledande roller som är verksamma på sajten och som också är viktiga "drivers of attention economy of Youtube..." (ibid, s.59). Detta illustreras med att de med flest visningar av videor på sajten ofta är kopplade till stora medieföretag medan de med flest prenumeranter är så kallade 'Youtube stars' som utvecklats inom nätverket. Youtubers kan vidare alltså förstås som de med stora kanaler som drar tittare/användare till sina videor, inte den gemene användaren som tar del av innehåll. Fenomenet Youtubers har dessutom utav flera kallats för *mikrocelebriteter* (Driessens 2016, refererad i Martínez & Olsson, 2019; boyd &

Marwick:2011; Senft 2008). De kan beskrivas som helt vanliga människor som lyckats attrahera ett stort antal följare på diverse sociala medieplattformar (Driessens 2016, refererad i Martínez & Olsson, 2019:36). Senft (2008:25) beskriver konceptet mikrocelebritet som en typ av stil och interaktion som syftar till att bibehålla popularitet online med hjälp av digitala hjälpmedel. Liknande resonemang för Boyd & Marwick (2011:140) och menar att populariteten bibehålles genom ständigt engagemang med ens följare och man sysslar med en slags konstruerad självpresentation som är till för att konsumeras av andra.

## Tidigare forskning

### Representation offline och online

Representation kan som sagt sägas handla om *vem* som syns samt *hur* de får synas och framställas. I och med att nya medier växt fram i samhället kan man tänka sig att det möjliggör ett mer diversifierat innehåll med fler producenter, som inte är beroende av stora mediebolag eller blockeras av 'gatekeepers'. Flera studier har undersökt, både kvalitativt och kvantitativt, huruvida framställningen ser lika eller olika ut i medier offline (tv och film) kontra online (hemsidor, digitala- eller sociala medier). Man har undersökt bland annat vad det är som skiljer sig, hur det upplevs, och resonerat kring varför. Samtliga resultat har både likheter och skillnader, exempelvis menar vissa att innehållet online bär på mindre stereotyper (Kopacz & Lawton, 2011), medan andra visar på att även privata användare online förstärker dessa (Guo & Harlows, 2014), vissa ser att riktat hat mot minoriteter kan anses mer utbrett online (McInroy & Craig, 2015), samt att representationen av könen är skev (Kopacz & Lawton, 2011; Guo & Harlows, 2014; Reguiera m.fl., 2020).

Kopacz och Lawton (2011) undersökte innehållet på Youtube i relation till ursprungsamerikaner, en folkgrupp som i traditionella medier ofta representerats efter stereotyper och med negativa bilder. Man analyserade 464 uppladdade videos på plattformen mellan 5:e augusti 2007 och 4:e juni 2008 (Kopacz & Lawton, 2011:335). Fynden tyder sammanslaget på att representationen på Youtube är mer positiv än i traditionella medier, bland annat genom att ursprungsamerikaner fick centrala roller i 64 procent av videorna, de förblev dock anonyma i 2/3 av videorna (ibid, s.337), men endast 25 procent av videorna innehåll någon typ av stereotyp (ibid, s.339). Däremot var majoriteten av personerna som avbildades män, vilket de hänvisar till tidigare studier som föreslår att det kan bero på en media bias som gynnar manliga karaktärer (ibid, s.340+342). Liknande resultat gällande könsrepresentation fann man i både Guo och Harlows (2014) studie om stereotyper av mörkhyade amerikaner, latinamerikaner och asiater i alternativ media, samt i Reguiera m.fl. (2020) studie om kvinnor på Youtube.

I Reguiera m.fl. (2020:37) studie fann man även resultat, likt ovan, som tyder på en manlig bias på plattformen Youtube. Reguieras m.fl. (2020:35–36) studie har i en kvantitativ innehållsanalys undersökt de 50 största spansktalande Youtubekanalerna positionerade i

Spanien, i förhållande till följare, och vem som driver kanalerna, vad för typ av innehåll som publiceras samt vem som konsumerar innehållet. Av de största kanalerna som kartlades drevs majoriteten av män, varav de två kvinnor som långt längst upp på den rangordnade listan, plats 13 och 27, drev kanaler i sällskap med en man, och kvinnor utgjorde ca 12 procent av den totala synligheten i samtliga kanaler. Den första kvinnan som drev en kanal själv fann man på plats 28, följt av plats 33, 48 och 49. Detta pekar de kan bero på att Youtube är en plattform som konsumeras främst av män och det finns en tydlig linje i vilket innehåll som värderas och konsumeras (ibid, s.37). Vidare fann de att innehållet på kanalerna var väldigt könskodat och reproducerade könsstereotyper, mest neutrala var de två kanaler som drevs tillsammans av respektive en man och en kvinna. Män publicerade generellt innehåll i kategorin gameplay, sport och humor, medan kvinnor främst publicerade innehåll relaterat till skönhet och hälsa, där hälsoinnehållet var knutet till träning och viktning (ibid, s.36–37).

Till skillnad från studierna beskrivna ovan visar McInroy och Craig (2015:611) att transkvinnor har större synlighet än transmän i medier, där flera beskrev transmäns synlighet som nästintill obefintlig. Dock var representationen trots det ofta stereotypisk. McInroy och Craigs (2015) studie handlar om hur representationen av transpersoner ser ut i offline medier, som tv-serier och film, kontra online medier, som på hemsidor eller andra digitala- och sociala medier, enligt medlemmar av HBTQ-samhället, ur ett kanadensiskt perspektiv. 19 intervjuer genomfördes med personer som identifierar sig som HBTQ, i åldrarna 18–22 år (ibid, s.608–609). Man var överens om att transfobi var ett problem i offline medier, där mainstream medier nämns explicit med exempel som tv-serier och film, samt att transfobi ofta var värre än homofobi. Representationen inom dessa medier är generellt begränsad, problematisk och förhöll sig ofta till stereotypiska representationer, och intervjupersonerna gav uttryck för en oro angående denna låga medvetenhet och kunskapsförmedlande. En intervjuperson beskriver det som ”It’s easy to hate people when you’ve never seen them” (ibid, s.610), det vill säga att det är enklare att hata människor om du aldrig tidigare sett dem. Stereotyperna gavs ofta uttryck i som förenklande av sexualitet och kön, som generaliserade och grupperade identiteter, och som därmed stärkte rådande heteronormer och beteenden. Något som det gavs uttryck för även i relation till offline medier speciellt ämnade för HBTQ-samhället, medan andra uppfattade det innehållet som diversifierat och som framhävande av det personliga, inte bara grupperande stereotyper. Sammanfattningsvis gav man uttryck för att representationen offline är problematisk, men att den samtidigt vid positiva representationer

var hjälpsam för transpersoner (ibid, s.609–612). Vad gäller online medier fann man stor potential gällande resurser, information och förebilder. Diverse plattformar som Tumblr och Youtube spred positiva meddelanden, transpersoner kunde dela egna berättelser och upplevelser, bland annat av transformationer, något som beskrevs som hjälpsamt och hoppningivande. Online medier gav möjligheten för människor att utveckla och delta i en gemenskap (ibid, s.612–613). Samtidigt fann man att, till skillnad från offline medier, att online medier ökade utsattheten för riktat hat och transfobiska påhopp eftersom de tillåter anonymitet (ibid, s.612).

För att återkomma till Guo och Harlows (2014:290) studie om stereotyper av mörkhyade amerikaner, latinamerikaner och asiater i alternativ media redogörs det att alternativ media, i detta fall Youtube, inte bryter kedjan av stereotypiskt reproducerande. Studien baserar sig på 445 publicerade Youtube-videor på engelska som berör mörkhyade amerikaner, latinamerikaner och asiater (ca 150 videor i respektive kategori) med flest antal visningar mellan 2005 och 2011. Resultaten visar att stereotyper förekommer i 64 procent av videorna, och i dessa förstärktes stereotyper i 85 procent och utmanades i 15 procent, med flest förstärkta stereotyper främst gentemot latinamerikaner (99%) och asiater (91%). Mörkhyade amerikaner är något mindre utsatta (70%), de representeras även av fler videor som utmanar stereotyper, 30 procent kontra de andras 1 procent respektive 9 procent (ibid, s.290). Det går att tolka att det är mer normaliserat att stereotypisera latinamerikaner och asiater, än mörkhyade amerikaner, vilket författarna också senare diskuterar och menar att det kan bero på populationsfördelningen i USA, där exempelvis endast 5 procent är asiater (ibid, s.297). Vidare är de flesta videos som analyserats i studien producerade av egna användare (86%), och i dessa egenproducerade videos förekom det oftare negativa stereotyper av latinamerikaner och asiater, än i professionellt producerat innehåll. Medan på de så kallade professionella kanalerna var det mer förekommande med porträttering av mörkhyade amerikaner efter negativa stereotyper (ibid, s.292). Vilket tyder på att enskilda privatpersoner med kanaler är med och reproducerar dessa stereotyper, främst gällande latinamerikaner och asiater.

Kopacz och Lawtons (2011) studie visade som sagt att stereotyper av ursprungsamerikaner förekommer på Youtube, men i lägre utsträckning än i traditionella medier. I kontrast visade Guo och Harlow (2014) att det ofta förekom stereotyper av mörkhyade amerikaner,

latinamerikaner och asiater och därmed att alternativ media fortsatte detta stereotypiska reproducerande. Däremot gör de ingen jämförelse med traditionell media, så huruvida de var mer eller mindre stereotyperande står inte klart, endast att de inte bröt trenden.

Sammanfattningsvis kan det tolkas som att plattformar, som Youtube, ger enskilda aktörer större makt att gå utanför traditionella mediernas ramverk och makt och erbjuder användare andra uppskattade resurser som traditionella medier inte har, men att det trots det förekommer liknande mönster sett till könsrepresentation och till viss del stereotypisk etnisk representation, samt att riktat hat är mer utbrett online på grund av anonymiteten. Det verkar även finnas en indikation på att mindre synlighet av olika grupper leder till ökat stereotyperande. Värt att notera, avslutningsvis, är att vissa av dessa studier kan anses ha några år på nacken, detta i och med ämnet och det snabbt förändrande medielandskapet som Youtube och andra sociala medier utgör, men studierna upplevs trots det ge en fingervisning och indikation värd att synliggöra och diskutera.

## Youtube och dess innehåll

Flera studier har genomförts där man analyserat innehållet på Youtube i olika kontexter, bland annat genom intervju- och enkätstudier där man vill fånga upp barn och ungas egna uppfattningar kring innehåll (Zimmermann m.fl., 2020; Martínez & Olsson, 2019), och innehållet i sig genom kvantitativa- och kvalitativa innehållsanalyser (Castillo-Abdul m.fl., 2020). Studierna jämför bland annat unga deltagares uppfattning av traditionella medier kontra Youtube (Zimmermann m.fl., 2020), hur barn ser på innehållet på Youtube och konstruerar Youtubers som fenomen (Martínez & Olsson, 2019), samt vilka som är störst på Youtube ur en spansk kontext och vad innehållet på dessa kanaler kretsar kring (Castillo-Abdul m.fl., 2020).

I Martínez och Olssons (2019) studie genomfördes ett antal fokusgruppsintervjuer med totalt 46 deltagare. Studiens avsikt var att fördjupande undersöka hur svenska barn, i åldrarna 9 och 12 år, skapar mening kring Youtubers som fenomen och rollen dessa mikrocelebriteter har i deras vardag. De använde den svenska Youtubern *Misslisibell* och en av hennes videor om hur man sminkar sig som stimulusmaterial.

De flesta av deltagarna ansåg att *Misslisibell* hade kändisstatus då de betraktade henne som en välkänd Youtuber, men samtidigt förhandlades hennes status som att de finns andra som är



mer kända (Martínez & Olsson, 2019:42). Hennes kändisstatus sågs även som relativt i jämförelse med övriga kändisar, att vara känd på Youtube har inte riktigt samma innebörd som ”vanligt” kändisskap. De intervjuade barnen verkar också mäta kändisskapet baserat på antalet följare, ju fler följare desto mer känd anses man vara, vilket skapade en jämförelse mellan diverse Youtubers. En annan svensk Youtuber, PewDiePie, omnämns som mer känd (än Misslisibell) av några av de deltagande pojkarna och författarna menar att de skapar en inbördes hierarki på plattformen. Pojkarna säger också att specifikt killar tittar på PewDiePie (ibid, s.42–43).

Vad gäller reklam och annonsinslag i videon såg barnen olika på det, vissa såg det som reklam och att företag betalade Youtubern för inslagen till följd av kanalens tillväxt, medan andra såg det som ”tips”. Reklam för dyra märken menade några av deltagarna kunde skapa negativa känslor eller avundsjuka, då de själva inte kan köpa dem. Mellan pojkarna och flickorna förekommer likheter i förhandlandet kring fenomenet, men några pojkarna uttrycker något mer skepsis, de menar att man ska göra videos för att det är kul, inte för att tjäna pengar. Medan några flickorna som uttryckte att de såg innehållet som tips, beskrev generellt Youtubern i mer positivt ljus (ibid, s.43–45). Flera gav även uttryck för uppskattning av länkar till produkter som visades upp i innehållet, och man såg Misslisibell som en instruktör som kunde lära ut kunskaper, där dessa kunskaper berörde kosmetik/hur man sminkar sig, men även var man köper kommersiella produkter och hur man använder dem (ibid, s.45–46). Även pojkarna såg lärande som något positivt med Youtubers, men fann ingen personlig relevans i specifikt Misslisibells innehåll (ibid, s.46).

Av de som inte följde Misslisibell själva utspelade sig mer kritiska och normativa diskussioner, som bland annat kretsade kring att de ansåg att hennes beteende eller innehåll var olämpligt för hennes ålder genom att hon bar *för mycket* smink, att hon är kompetenslös gällande omdöme och är självupptagen, och att hennes beteende som förebild kommer ge negativa konsekvenser kring barns självbild och eget utseende (ibid, s. 46–47). De deltagande flickorna som följer Misslisibell och som i stället identifierar sig med och uppskattar innehållet personligen tenderar att vara mindre kritiska till Misslisibell och hennes innehåll, där de belyser hennes kompetens och förmåga att kunna sminka sig minst lika bra som, eller bättre än, vuxna. De menar även att hennes innehåll är välproducerat, man lär sig positiva skolrelaterade saker och man ser henne som en positiv förebild (ibid, s.47–48). I sin

diskussion uttrycker Martínez och Olsson (2019:49) detta som ett möjligt tecken på att för flickorna är Misslisibells innehåll viktigare för identitetsskapandet.

I Castillo-Abdul m.fl. (2020) studie genomfördes en innehållsanalys om spanska barn-Youtubers och en tydlig tematik relaterat till kön upptäcktes – nämligen att olika genrer av innehållet verkar vara könskodade. Studien inkluderar både kvantitativ- och kvalitativ innehållsanalys och genomfördes på 10 stora konton och 5 videos från respektive konto, inom loppet av cirka 9 månader mellan 2019 och 2020 (Castillo-Abdul m.fl., 2020:4–5). Av de analyserade kanalerna är könsfördelningen helt jämn och medelåldern på samtliga Youtubers är 10 år. Matlagning och datorspelning var sammantaget bland de vanligaste temana i innehåll som publicerades, men bara en tjej uppgavs publicera datorspelinnehåll, och endast en kille uppgavs publicera matlagningsinnehåll, medan livsstilsinnehåll endast producerades av tjejer (ibid, s.7). De pekar sammanfattningsvis i studien på ”att det finns ett behov av att övervaka innehållet som barn har tillgång till på denna plattform eftersom det inte bara kan fördjupa könsskillnaderna utan också bli en felaktig referens för förebilder” (egen översättning, ibid, s.1).

I en annan studie, av Zimmermann m.fl. (2020), har man även där hittat fynd som indikerar skillnader sett till ålder och kön i relation till innehåll på Youtube. Studien kretsar kring hur unga, i tre ålderskategorier mellan 16 år och över 20 år, med 562 respondenter (Zimmermann m.fl., 2020:6811), använder och uppfattar Youtubeinnehåll som handlar om politiska och samhällsrelaterade ämnen. Resultaten visar att män generellt använder plattformen mer, de har en högre besöksfrekvens och högre frekvens i att titta på videor vars ämne handlar om politik eller samhälle (ibid, s.6812). Sett till trovärdigheten i innehållet var det den yngsta och manliga gruppen som bedömde innehållet som med högst trovärdighet, övriga grupper angav medelmåttig eller mindre trovärdighet (ibid, s.6815). När traditionella medier och Youtube jämfördes tyckte grupperna över lag att traditionella medier bland annat var mer trovärdiga, informativa, objektiva och tråkiga, medan Youtube var mer subjektiv och manipulativ, men också mer rolig, underhållande, motiverande och modern. Sammantaget värderade kvinnorna traditionella medier högre än vad männen gjorde, samt högre än Youtubevideor – detta gällde faktorer som trovärdighet, faktaorientering och neutralitet. Däremot förekom det skillnader inom de kvinnliga grupperna, exempelvis tyckte den äldsta kvinnliga gruppen att Youtube var mindre åsiktsorienterat än den yngsta gruppen, samtidigt som de fann Youtube

som mindre manipulativt men mer uttröttande än den yngsta gruppen. I studien framkommer det även att man uppfattar att Youtubers har en viktig roll som förebilder, samt att det är viktigt med en medvetenhet kring denna roll och det inflytande de har, där man ger uttryck för att de är lika andra kändisar i sina roller som förebilder. Dock uppfattade kvinnor sammantaget en större förebildsroll än vad männen gjorde, men denna bild ökade med respondenternas ålder bland både männen och kvinnorna (ibid, s. 6817).

Sammanfattningsvis visar resultaten i Zimmermann m.fl. (2020) studie att fler män än kvinnor använder plattformen, och över lag är grupperna överens om att traditionella medier exempelvis är mer trovärdiga. Däremot värderas plattformen högre av männen och de verkar därmed ha en större uppskattning för Youtube än kvinnorna, vilket skulle kunna indikera att mer frekvent användning av plattformen korrelerar med större allmän uppskattning, eller tvärtom. Gemensamt för Zimmermann m.fl. (2020) studie och Martínez och Olssons (2019) studie är att man värderar att Youtubers har en roll som förebilder, men att det förhandlas olika sett till ålder, kön och ämne. Martínez och Olssons (2019) studie och Castillo-Abduls m.fl. (2020) studie visar tecken på könsskillnader relaterade till innehållet på Youtube. Innehållet som produceras verkar vara knutet till kön och könsstereotypiska ämnena, där pojkar korreleras med datorspel och flickor med matlagning eller kosmetik. Hur man identifierar sig och värderar innehållet verkar också påverka vilken bedömning man gör av innehållet som nyttigt och positivt, eller mer kritiskt och negativt.

# Teori

## Representation enligt Stuart Hall

Tidigare har en kort redogörelse av representationsbegreppet presenterats utifrån Gripsrud (2011). Följande text kommer i stället fokusera på Stuart Halls definition och redogörelse. Representation, beskriver Hall (2013a:3), är en meningsskapande produktion som sker genom koncept vi skapar i våra sinnen via språket.

”Representation innebär att använda språk för att säga någonting meningsfullt, eller att representera, världen på ett meningsfullt sätt, till andra människor (...) Representation är en grundläggande del av den process genom vilken mening produceras och utbyts mellan medlemmar av en kultur” (egen översättning, Hall, 2013a:1).

Lingvisterna, menar Hall (ibid, s.3), brukar uttrycka konceptens betydelse som att 'hundar skäller', men att konceptet 'hund' kan varken skälla eller bita – konceptet är ett lingvistiskt tecken som bär på betydelse och som i kombination med språket skapar representation. Först och främst finns det två system av hur representation fungerar som process för oss människor, de är kollektiva system som på olika sätt ordnar och samlar koncept, samt dess relationer sinsemellan. De tillskriver mening och möjliggör utbyte av mening. Det första beskrivs som den *mentala representationen* där saker och ting korreleras genom koncept, som gör meningsfull förståelse av världen möjlig. Mening systematiseras vilket möjliggör meningsskapande referenser på både utsidan och insidan av våra sinnen, betydelse tillskrivs och detta gäller mer konkreta saker som det vi faktiskt kan se och ta på, likt objekt eller människor, till mer abstrakta eller påhittade saker som vänskap och änglar. Dessa kan kallas för konceptuella kartor, och systemet möjliggör som sagt olika sätt att ordna och samla koncept, men också identifiera likheter och skillnader däremellan. Som medlemmar av samma kultur kan vi trots olikheter ändå förstå varandra genom detta, vi är överens om dess övergripande betydelse. Det andra systemet, som de konceptuella kartorna är beroende av, är *språket*. Att representera eller utbyta meningar och koncept är endast möjligt genom ett delat språk, en slags översättning, där språk i denna mening inte är nödvändigtvis det talade språket, utan allt vi möter som kan utbyta mening. Utbytet möjliggörs av ord, ljud och bild som benämns som tecken, och som står för eller representerar våra konceptuella kartor (Hall, 2013a:3ff).

Härefter finns det tre olika sätt att närma sig representation och hur meningsskapande genom språk fungerar: det *reflektiva*, *avsiktliga* och *konstruktivistiska* synsättet. Med det reflektiva synsättet menar man att mening finns i speglingen av ett objekt, person eller händelse som berörs. Objektet speglar eller imiterar endast, och bär således på en fixerad sanning. Motsatsen till det reflektiva synsättet är det avsiktliga. Här menar man att den som exempelvis talar är den som ingjuter unik mening genom språket, orden får den betydelse som tillskrivs (Hall, 2013a:10). Slutligen, det konstruktivistiska synsättet tar större hänsyn till den offentliga och sociala karaktären av språket, man gör skillnad på den materiella och symboliska världen, och menar att saker i sig inte har en betydelse, men att vi konstruerar mening genom våra representativa system med tecken och koncept. Mening beror på dess symboliska funktion (ibid, s.11) och är, enligt det konstruktivistiska närmandet, relationellt (ibid, s.13).

Som nämndes i inledningen får representation i medier meningsskapande konsekvenser, och dess betydelse är en bidragande faktor i hur vi ser på oss själva och andra. Gripsrud (2011:20) uttryckte som sagt att ”Medierna bidrar till att definiera verkligheten omkring oss...” och Frigyes (2021:27) beskriver att det eller de vi ser i medierna sänder ut olika budskap, budskap som kan vara mer eller mindre sanna. Om exempelvis majoriteten av de som syns i tv-rutan är vita män i en viss ålder, tänker vi potentiellt att vita män i en viss ålder hör hemma där *mer* än andra, eller är *mer* lämpade/kompetenta. I kontrast, om vi endast ser nyhetsreportage där majoriteten av brotten begås av en viss folkgrupp och vi aldrig ser dem representerade i andra sammanhang, som exempelvis talespersoner, journalister eller experter inom specifika ämnen, kopplar vi samman dem med det förstnämnda. Medierna har i uppgift att spegla verkligheten, men de kan också sägas skapa den.

För att få en vidare förståelse för begreppet representation och insikt i att begreppet är tämligen mer komplext än vad som ännu presenterats menar Hall (2013a) att vi behöver teorier för att förklara vidare. Semiotik och diskurs är sådana teorier, och de kan förklaras som två versioner av konstruktivism (ibid, s.45). Semiotiken är vad som används för det andra steget i min studies analysdel och introduceras nedan.

## **Semiotik**

En företrädare för semiotiken var lingvisten Saussure, han menade att ”språk är ett system av tecken” (Hall, 2013a:16). Saussure analyserade tecken som två element, dels form, som var

själva objekten, dels idé eller koncept. Form kallades 'signifyer' och idé/koncept för 'signified'. Elementen kan tolkas som det du betraktar och den föreställning du tillskriver det, där relationen mellan dessa två är det viktiga och är det som skapar mening, och som i sin tur upprätthåller representation. Saussure argumenterade för att det inte finns en naturlig länk sinsemellan, och betonade att vikten ligger i skillnaden mellan tecken. Samtliga tecken är medlemmar i ett system och definieras i relation till varandra, vilket enklast görs genom binära motsatser. Meningen av ett ord definieras ofta till dess motsats, exempelvis gott och ont (med viss kritik riktad mot dess avsaknad av nyans och dimensioner). Men, mening kan också förändras som följd av kulturell kontext och historisk process, då elementen inte är permanent fixerade (ibid, s.16–17).

Hall (2013a) menar att Saussures tänkande gjorde mening "ofixerad" och att den bröt tidigare antagna naturliga band om en 'sann mening'. Det finns, liksom det konstruktivistiska synsättet påtalar, inte en enda korrekt mening i tiden utan den måste tolkas, och aktivt då den är beroende av både historia och kultur. Tänkandet bjuder i sin tur in till förståelsen att mening är föränderlig och beroende av både 'skribenten' och 'läsaren' (Hall, 2013a:17–18). Ett exempel taget ur vårt nuvarande samhälle är tatueringar, de sågs förr som ett tecken på brottslighet, medan de idag ses mer som ett konstuttryck – men som också är beroende på/av vem du frågar.

Saussures synsätt var dock väldigt fokuserat på det formella språket i sig och hur det fungerade, men inte hur det i praktiken används (ibid, s.19). Lingvistik utvecklades därefter, av bland annat Roland Barthes och Claude Lévi-Strauss, och fick ett semiotiskt perspektiv. De fokuserade mindre på frågan om *hur*, som den lingvistiska modellen gjorde, och mer på frågor om *vad*. Vad syftet var med olika händelser och vilka inneboende meningar fanns i vad man ville förmedla (ibid, s.21–22).

I det semiotiska närmandet kan objekt i sig själva bära på mening, något som exemplifieras med kläder som kan bära på flera syften. Dels det praktiska i att täcka och skydda kroppen, dels som något som förmedlar en mening, det vill säga att de bär på tecken och fungerar som ett språk, "språket av mode" (ibid, s.22). Kläderna i sig själva, som objekt, är *signifyers* och kläderna bär på kod, och förstås i sin tur i relation till kultur(er). Denna kod konverterar kläderna till tecken som kan läsas som språk, exempelvis genom att vi förknippar vissa typer av kläder, som ett par jeans, med något mer avslappnat. Även här ordnas kläder upp och vissa

objekt hör mer ihop än andra, som sneakers och jeans, eller en klänning och kängor om man vill uttrycka något ”annorlunda”.

Barthes menar att representation och mening skapas i två sammanlänkande processer, som han kallar för *denotation* (den beskrivande nivån) och *konnotation* (den fördjupande betydelsen). Den första präglas av samförstånd och konsensus, som att ett tyg klippt på ett särskilt vis bildar en klänning – som också kan förstås som objektet och konceptet (signifier och signified) – dessa bildar tillsammans tecken. Konnotationen är mer diffus och det är här en vidare mening genereras, på denna nivå paras den första länken, tecknet, till en viss bild eller idé, som formalitet (ibid, s.22–23). Det konnoterade finner man när man tar hänsyn till ett bredare spektrum som inkluderar kulturella koder, där tolkning är beroende av social ideologi, som inkluderar det specifika samhällets värderingssystem och kultur.

Representation enligt Stuart Hall och det semiotiska närmandet kan sägas ge en förståelse i hur vi människor förstår oss på och skapar mening i vår omvärld, hur vi tolkar saker baserat på tid och rum. De inledande partierna om representation är en grund för vad begreppet innebär, medan semiotiken kommer användas i delar av analysarbetet. För att först identifiera tecken i form av kläder och utseende, för att sedan skapa en förståelse i vad det betyder i vårt svenska samhällsperspektiv. För att vidga förståelsen ytterligare kommer fler teorier att presenteras nedan.

## Stereotypisering

Inom resonemanget kring vad representation är och hur det fungerar, presenteras ett antal olika koncept av Stuart Hall (2013b), bland annat stereotyper. I den representativa praktiken kallas stereotyper av Hall för stereotypisering, och handlar om reduktion och simplificering av människor till få beståndsdelar och som är *fixerade* av naturen (Hall, 2013b:247). Halls (2013b) beskrivning av stereotypisering rotar sig i hur mörkhyade människor genom historien har behandlats och porträtterats, i grund och botten till bakgrund av deras hudfärg. Men det poängteras att tankesättet kan appliceras på samtliga dimensioner av *skillnader*, vilket därmed även inkluderar kön (ibid, s.215). Effekterna av stereotypisering beskrivs som att präglas av reduktionism, naturalisering, binära oppositioner och att essentialisera (ibid, s.267)

Stereotypisering beskrivs som en signalerande praktik och som central för förståelsen i representation av skillnader. Richard Dyer (1977, refererad i Hall 2013b:247) menar att vi

behöver ”typifiera” världen, vi behöver enligt vår kultur klassificera och gruppera diverse objekt och människor, för att kunna förstå den. Vi avkodar saker med en viss förförståelse för att kunna begripa dem, exempelvis kanske vi inte kan identifiera exakt vad för typ av träd vi observerar, men baserat på dess konstruktion och tidigare kunskap om träd i allmänhet kan vi typifiera det. Typifierande menas vara grundläggande för meningsskapandet, och en konstant process även när det kommer till människor. Vi tillskriver egenskaper och delar in i diverse grupper på samma premisser, skillnaden är att vi reducerar, överdriver, förenklar och delar upp dem i binära motsatser av normal/inte normal och accepterat/inte accepterat, vilket därmed inkluderar och exkluderar vissa personer (eller grupper) i samhället. Det skapar en gränsdragning mellan ett ”vi” och ett ”dem”, vad som tillhör och inte, där de som klassificeras som ”dem” exkluderas och tillskrivs negativa känslor (Hall, 2013b:247–248).

Det poängteras även att stereotyper uppstår vid ojämlika maktförhållanden, där det råder en nästintill våldsam hierarki som riktas nedåt, som klassificerar människor efter normer och skapar dessa exkluderande tillstånd. Detta gäller även *hegemoni*, som är ”en typ av makt baserad på ledarskap av en grupp inom många verksamhetsområden på en gång, på så vis att övertagande kräver ett brett samtycke och framstår som naturligt och oundvikligt” (egen översättning, ibid, s.248), det vill säga det maktsystem som råder framstår som det självklara och naturliga. Makt, i relation till representation, handlar inte om ett ekonomiskt övertag eller dylikt, utan snarare om en symbolisk makt. Något som kan upprätthållas genom diskurs, som genom representativa praktiker upprätthåller en typ utav kunskap kring ”dem” (ibid, s.249–250). Ett exempel på hur stereotypisering kan uttryckas var att man, i relation till den historiska rasismen, klassificerade vita som av kultur och mörkhyade som av natur, och menade att kultur var föränderligt och formbart, medan natur är statiskt och fast, och det enda således bättre än det andra. Liknande har man gjort mellan könen där kvinnans roll var biologisk och avsedd för reproduktion. Både människor med mörk hy och kvinnan ”reducerades till dess essens” (ibid, s.232ff).

Hall (2013b) tar avslutningsvis upp *trans-coding*, som är när man försöker ersätta en rådande mening med en ny. Man har bland annat försökt bekämpa stereotyper genom att ersätta negativa bilder med positiva, exempelvis genom ”Black is Beautiful” eller på svenska ”svart är vackert” (ibid, s.259ff). Ser man till feminismen finns liknande exempel som påvisar att ”kvinnor kan också”. Däremot menar Hall (2013b:263) att denna strategi inte nödvändigtvis



ersätter den negativa bilden, utan endast ökar diversiteten i representationen, den utmanar det binära, men underminerar det samtidigt inte.

## Genus- och intersektionalitetsteori

I detta avsnitt kommer genus- och intersektionalitetsteori introduceras, med exemplifieringar på olika (köns)normer och delvis könsstereotyper i det västerländska samhället.

### Genus

Yvonne Hirdman diskuterar i sin text *Genussystemet – reflexioner kring kvinnors sociala underordning* bland annat begreppen *genus* och *genussystem* utifrån ett kvinnoforskningsspektiv. Sammanfattningsvis presenterar Hirdman (1988) hur begreppet *genus* har växt fram inom fältet och pekar avslutande på att det är kvinnor som själva är de som måste råda bot på den sociala underordningen (eftersom de även själva är med och reproducerar den), för männen kommer inte göra det. Texten erbjuder några närmanden till begreppet *genus* som jag anser vara användbara i ett introducerande skede.

Inledningsvis har den allmänt accepterade definitionen av ”genus” varit *det sociala könet* eller *det kulturellt gjorda könet*, och något som skiljer sig från det biologiska könet (Hirdman, 1988:50). Hirdman (1988:51) menar dock att begreppet är mer komplicerat än vad det gör sig gällande ovan och att det låter som något enkelt att förhålla sig till, eller ändra – det saknar en problematisering kring makt, vilket i sin tur inbjuder en ordnande definition kallad *genussystem* som indikerar att något kommer före det andra. Begreppet i sig rymmer därmed en logik och dikotomi som särskiljer manligt och kvinnligt, samt en hierarki som talar om att mannen är norm (ibid, s.51), betonas görs också att denna särhållning är det som legitimerar den manliga normen. Könen tillskrivs särskilda föreställningar som upprätthålls och som får meningsskapande konsekvenser (ibid, s.52). Hur detta är möjligt eller varför det är så förklarar Hirdman, med hänvisning till Habermas, är tre reproduktionsprocesser; kulturell överlagring, social integration och socialisering. Dessa översätter hon vidare till tankefigurer, institutioner eller arbetsfördelningen mellan könen (särhållningen), och den direkta inläringen – exempelvis som pojke ska du inte gråta – och menar att dessa tre nivåer bär på meningsskapande och maktformande, och är likt ett kontrakt vi i samhället ingår. Kontraktet kallar Hirdman (ibid, s.54) för *genuskontraktet*. Det betyder alltså att det finns detaljerade beskrivningar inrotade i oss rörande hur män och kvinnor ska agera sinsemellan och mot

varandra, vilka relationer som är tillåtna, vilka kläder vi bör bära eller hur långt håret ska vara, etcetera – och detta är tankar vi låter gå i arv (ibid, s.54). Genuskontraktet kan brytas först när det finns en förståelse i att mannen och kvinnan inte är fundamentalt olika sorter eller arter av något slag, det vill säga när det mänskliga tankesystemet ändras. Och vidare när den i särställning bryts och kvinnor börjar göra det som klassas som manligt och män gör det omvända – då ifrågasätts den manliga normen och legitimiteten (ibid, s.58). Men hur kan de sociala könen konstrueras och se ut? För studiens skull behöver detta konkretiseras, vilket kommer göras nedan med exemplifieringar utifrån (köns)normer, och delvis könsstereotyper, i det västerländska samhället.

### **Könsnormer- och stereotyper**

En norm kan beskrivas som det accepterade beteendet i en social grupp. Det talar helt enkelt om vad som är mer eller mindre okej att göra eller hur man bör se ut, och man värderas därefter (Nationalencyklopedin, u.å.a). En könsnorm kan vidare förstås som vad som är mer eller mindre okej, relaterat till aktioner och utseende, baserat på ditt biologiska kön – du behöver se ut och agera utefter ditt sociala kön, en slags heteronormativitet råder och som också innefattar den normerande heterosexualiteten (Ambjörnsson, 2016:47+94–95) och det är ofta först när dessa förväntningar bryts som könsnormer synliggörs (SOU 2014:6, s.340). En stereotyp, som vi sett ovan, är överdrivna eller förenklade antaganden vi gör om människor och som också påverkar hur vi anser att människor ”bör” vara, samt att de normaliserar negativa attityder till det motsatta (Nationalencyklopedin, u.å.b).

Detta kan som sagt speglas i hur vi beter oss, våra relationer eller vårt hår och kläder. Enligt Statens offentliga utredningar (SOU, 2014:6) finns det exempelvis könsnormer om att män ska vara robusta och inte visa svaghet (ibid, s.216), de ska vara tuffare, hävda sig och ta för sig, till skillnad från kvinnor som förväntas vara försiktiga och ansvarsfulla (ibid, s.67). I boken *Vad är queer?* (2016) av Ambjörnsson (2016:100–101) exemplifieras en tidigare studie hon genomfört där brutna könsnormer synliggjordes gällande kvinnor, detta när en homosexuell tjej valde att bära lösare kläder i kontrast till tajta, i mörka och dova färger, gymmaskor, sporttopp i stället för bh, hade kortklippt hår, använde inte smink och bar inte ”rätt” typ av smycken. Detta väckte åsikter hos gemensamma klasskompisar eftersom hon ansågs bryta och kontrastera de rådande utseendemässiga kvinnoidealen. Andra tillskrivelser som framförs är att det i stället är kvinnligt att vara ”lite fin”, bära kjol, ha rakade ben, bära

smink, vara snäll och rolig, och inte exempelvis spela fotboll, vara ”grövre” eller för högljudd i sällskap av killar (ibid, s.102ff).

En annan norm och könsnorm som lever kvar är den gällande familjelivet, nämligen att man – eller framför allt kvinnor – ska vilja skaffa barn och bygga en familj. Gillespie (2000:223) undersökte diskursen runt ett antal kvinnor som valt att inte skaffa barn och som därmed ur ett historiskt och traditionellt perspektiv ansågs bryta kulturella konstruktioner kring femininitet och kvinnors sociala roll som kretsat kring moderskap. Fynden indikerar bland annat att normativa diskurser som premierar och ser reproduktion som positivt var uppenbara, detta då flera uttryckte misstro till kvinnor som aktivt valt att inte ha barn och man gjorde inspel i att andra faktorer måste spela in, som infertilitet eller att man prioriterar en karriär, samt en närvarande övertygelse om att barnlöshet representerade något avvikande. Man sågs av flera som mindre feminin till följd av detta (Gillespie, 2000: 227–228). Vidare, och ineliggande i denna norm, kan återigen det Hirdman (2010:80ff) benämner som ett genuskontrakt styra, men mer precist ett stereotypiskt genuskontrakt som premierar den så kallade naturliga ordningen och hur det *bör* vara. Som innebär bland annat att mannen tar hand om kvinnan, som i sin tur är barnafödande och detta är hennes syfte.

Avslutningsvis gällande könsnormer kan det sägas att både kvinnor och män kan möta motstånd om dessa bryts, men det är enklare för kvinnor än män att överskrida sagda normer (SOU 2014:6, s.340). Det sägs bero på den genuslogik Hirdman (1988) talar om där mannen är norm, och som gör det ”svårare att välja bort det som är högre värderat till förmån för det med lägre värde, än tvärtom” (SOU 2010:99, s.47). Med det konstaterat kommer jag lämna genus, könsnormer och -stereotyper därhän, detta för att synliggöra ytterligare dimensioner.

### **Intersektionalitet**

Paulina de los Reyes, Diana Mulinari och Irene Molina kan betraktas vara de som tillfört ett intersektionellt perspektiv till genusforskningen i Sverige. Först med boken *Maktens (o)lika förklädnader. Kön, klass & etnicitet i det postkoloniala Sverige* (2002) och sedan med boken *Intersektionalitet: Kritiska reflektioner över (o)jämlighetens landskap* (2005), denna skriven av de los Reyes och Mulinari. De ville med den sistnämnda vidga synen och ”öppna för en reflektion om makt och ojämlikhet, inte bara inom feminismen utan också i dialog med andra kritiska perspektiv inom vetenskapen” (de los Reyes & Mulinari, 2005:7).

Deras tolkning av intersektionalitet innefattar att belysa skillnaderna av de tre komponenterna kön, klass och "ras" (de använder ibland ordet ras inom citattecken, i stället för etnicitet, för att synliggöra rasismen som strukturell, institutionell och som ett vardagsfenomen, se not sida 7), och se det som något som skapas. Likt Hirdman (1988) pekar de på en hierarki, men bakom faktorn kön finns andra sociala positioner präglade av klass- och rasierarkier. De menar att exempelvis att klass är " (...) aldrig könsneutral, men den är alltid rasifierad" (de los Reyes & Mulinari, 2005:24). Vidare menar de att makteffekten av kön, klass och etnicitet behöver förstås tillsammans, och att den tidigare genusforskningen negligerat dessa andra ojämlikheter och utgått från en vithetsnorm (ibid, s.7+15). De argumenterar att bekönande processer och rasifiering går ihop och kan inte separeras. "Könskonstruktionen är (...) alltid rasifierad på samma sätt som rasifiering är bekönad" (ibid, s.10).

Däremot menar de att det finns en överfokusering på dikotomier mellan exempelvis man/kvinna eller svensk/invandrare som förbiser dess komplexitet och som inte tar hänsyn till dess uppkomst, varaktighet eller varierande innebörd. Därmed för de ett resonemang för att vidga analysen till flera samhällsnivåer, som betonar inte bara samhälleliga och institutionella maktstrukturer utan även individer och individuella handlingar (ibid, s.9+90). "Intersektionen av individuella handlingar, institutionella praktiker, normer, rutiner och strukturella relationer skapar enligt vår uppfattning specifika former för maktutövande och medför även en specifik utsatthet" (ibid, s.9). Det kan därför tolkas som att problemet med exempelvis rasifiering inte bara härstammar från ett strukturellt plan, utan enskilda individer har också ett ansvar för upprätthållande eller motsättandet till sådana ojämlikheter i samhället.

Ett intersektionellt perspektivet tar därmed hänsyn till ovanstående faktorer och hur samtliga processer "görs", detta exemplifieras med ett stycke ur Ambjörnssons avhandling om gymnasietjejer. Avhandlingen belyser hur de unga vita svenska kvinnorna i studien särskiljer, distanserar och differentierar sig gentemot kvinnorna med en annan etnicitet, något som görs utefter en klasstruktur, heteronorm och vithet, till exempel genom att agera "fria", gentemot motsatsen "ofri". Men, påtalas görs också avhandlingens avsaknad av perspektiv, alltså hur de unga kvinnorna med en annan etnicitet konstruerar sig själva (ibid, s.91–92). de los Reyes och Mulinari poängterar därmed att "den 'vita' svenskheten [är] tongivande i berättelsen" (ibid, s.93). Det kan vidare tolkas som att hur individer konstruerar sig själva även säger något om vad de vill/inte vill vara, vad man bör/inte bör vara och därför vad som är accepterat/inte

accepterat enligt normen, samt att baserat på vem som talar riskerar konstruktioner att bli snedvinklade och icke representativa. Det vill säga att om vi bara lyssnar till vita människors berättande kan vi bara få vita människors perspektiv på saker.

Inkluderandet av genus- och intersektionalitetsteori syftar till att analysera hur personerna i innehållet framställer sig själva och andra, där (köns)normer- och stereotyper används för att exemplifiera detta i analysen. Genusteorin är grundläggande för förståelsen kring hur de sociala könen skapas och normeras, och ett intersektionellt perspektiv vidgar denna syn till fler punkter som inkluderar etnicitet och klass. Båda teorierna inrymmer en hierarki som går att diskutera, samt sätt som utmärker eller motsätter underordning eller överordning.

## Metod

I besvarande av syftet och frågeställningarna i detta uppsatsarbete kommer en kvalitativ metod att användas. Kännetecknande för de kvalitativa metoderna är att de undersöker ett färre antal fall eller analysenheter (Ekström & Johansson, 2019:17). Systematiken i metoderna går övergripande ut på att genomföra en noggrann och mer fördjupande analys, till skillnad från de kvantitativa metoderna med dess mer ytliga karaktär och som intresserar sig för en större mängd enheter. Den kvalitativa läsningen av innehåll fokuserar dels på dess delar, dels helheten och kontexten, detta med syfte att bland annat finna mer dolda delar i innehållet. Esaiasson m.fl. (2017:211) påpekar att en kvalitativ (text) analys ofta genomförs av den som är intresserad av mening och meningsskapande processer, vilket är fallet i denna studie.

Den kvalitativa metoden skapar specifik kunskap om dessa få enheter, som hur kommunikation formas och vad som gör den betydelsefull mellan deltagare. Men, det man också gör är att finna utmärkande och generella drag, gemensamma för de analyserade fallen (Ekström & Johansson, 2019:17–18), något som Esaiasson m.fl. (2017:28) beskriver som ett nomotetiskt forskningsideal, nämligen att vi är intresserade av mönster och regelbundenheter, inte det enstaka fallet i sig. Detta möjliggör i sin tur generalisering, en ambition som är grundläggande inom vetenskapliga studier oavsett om det är en kvalitativ eller kvantitativ metod (Ekström & Johansson, 2019:17–18).

Esaiasson m.fl. (2017:213) menar vidare att det finns två tillvägagångssätt i den kvalitativa analysen, den kritiskt granskande eller den systematiserande. I denna uppsats kan en kombination av de båda sägas användas, detta då jag tematiserar analysen på ett systematiskt vis, samtidigt som jag har en kritisk ansats som inkluderar maktperspektiv. För att göra detta, samt för att ta reda på vem och hur olika personer representeras i innehåll på Youtube och som konsumeras av barn i åldersgruppen 9–12 år bedöms en innehållsanalys vara lämplig. Mer specifikt kommer jag använda mig av en etnografisk innehållsanalys.

### Etnografisk innehållsanalys

Utgångspunkt för den etnografiska innehållsanalysen, även kallad ECA, har tagits från beskrivningarna i Altheide och Schneiders bok *Qualitative Media Analysis* (2013). De

presenterar bland annat hur man ska tillämpa den etnografiska innehållsanalysen i praktiken, detta genom 12 steg (se nedan).

Steg 1: Hitta ett problem att undersöka

Steg 2: Bekanta dig med ämnets kontext och process

Steg 3: Utforska fler relevanta analysenheter, välj ut lämpliga enheter

Steg 4: Lista kategorier/teman för guidning av datainsamling och skapa ett utkast av protokoll

Steg 5: Testa ditt protokoll gentemot flera analysenheter

Steg 6: Revidera protokoll och lägg till analysenheter för förfining av protokoll

Steg 7: Kom fram till en strategi för urvalsmotiv

Steg 8: Insamling av data

Steg 9: Analys av data, samt eventuell ytterligare förfining

Steg 10: Jämför och kontrastera tydliga skillnader inom respektive kategori/tema. Anteckna och skriv korta sammanfattningar

Steg 11: Kombinera de korta sammanfattningarna med exempel, typiska och avvikande.

Illustrera med fynd i protokollet, samt notera överraskningar och nyfikenheter om fynden

Steg 12: Integrera fynd med tolkningar och nyckelbegrepp

Första steget inför analysen är att hitta ett fenomen eller problem man vill undersöka.

Forskningsproblemet man funnit talar i sin tur om vad som är lämpliga analysenheter att välja ut. Ju mer bekant man är med (eller besitter förkunskaper gällande) forskningsproblemet eller ämnet, desto bättre urval och analys kan genomföras menar Altheide och Schneider (2013).

Därefter ska ett protokoll utformas, med frågor som ska ställas till ens urval av material.

Målet med protokollet, och den etnografiska innehållsanalysen i sig, är att kunna fånga upp definitioner, betydelser, processer och typer. Skapandet av protokollet ger en ett sätt att ställa frågor till innehållet, och det styr datainsamlingen. Protokollet ska även utvecklas efter hand, om protokollet upplevs begränsande eller ofullständigt bör det eller frågorna revideras.

Metoden är således inte statisk utan formbar och reflexiv utefter arbetets gång. När protokollet upplevs funktionsdugligt kan fler analysenheter inhämtas. Syftet är, från jämförelse och sammanfattning av olika objekt och kategorier, att kunna hitta preliminära fynd i respektive kategori (ibid). När materialet är insamlat för analys är syftet vidare att landa i förståelse gällande typer, egenskaper och organiserande aspekter av innehållet som sociala produkter inom sitt fält, samt vad de gör anspråk på att representera. De sista stegen i

analysen fokuserar på att jämföra fynden och skriva korta sammanfattningar, dessa ska sedan illustreras med exempel från respektive tema (ibid).

Stegen och metoden är även induktiv i sin karaktär (ibid), vilket innebär att studien är styrd av empiriska observationer och målet är att utvinna ny kunskap (Esaiasson m.fl., 2017:116+285), tillskillnad från den deduktiva ansatsen som utgår från idéer och teorier som testas mot insamlade data (Ekström & Johansson, 2019:19).

De föreslagna stegen följdes inte till punkt och pricka i arbetet, detta eftersom mitt urval var klart sedan innan gällande avgränsning av målgrupp och vilka kanaler att fokusera på (se avsnitt Urval). Däremot applicerades urvalsprincipen gällande de specifika videorna att analysera. Ett protokoll skapades och som testades gentemot ett antal videos, därefter reviderades det och till sist valdes de slutgiltiga videorna ut för analys. Övriga steg har följts likt modellen föreslår.

Syftet och frågeställningarna har använts som grund för utformning av protokollet, och som vidare har lett till utvecklandet av specifika frågor att ställa till det insamlade materialet. Frågeställningarna är återigen (1) Vem/vilka får utrymme, och hur mycket utrymme får respektive individ, i innehållet? (2) Hur framställs individer i innehållet i relation till normer och stereotyper som berör kön och etnicitet? (3) Hur framställs individer i innehållet i relation till maktförhållanden och deras samspel med varandra?

Temana som skapats i protokollet innehåller frågor som avser besvara vem och hur mycket utrymme respektive person får i innehållet, hur och om man framställer sig själv eller andra, i relation till utseende och agerande, utefter förgivettagna samhällsnormer knutna till kön, och likadant gällande etniska- och könsrelaterade stereotyper. Frågorna syftar också till att undersöka och synliggöra vilka relationer som skildras samt hur samspelet mellan dessa framställs i innehållet i förhållande till ett hegemoniskt perspektiv, och om det inom relationerna finns en normaliserande eller motsträvande diskurs.

Temana som skapats för protokollet är (1) utrymme, (2) framställning av sig själv, (3) framställning av andra, samt (4) samspel och makt. Tema (1) avser besvara den första frågeställningen, tema (2) och (3) den andra frågeställningen och tema (4) avser besvara den tredje frågeställningen. Under varje tema formulerades ett antal frågor, se bilaga.



## Urval

Vid kvalitativa studier undersöker man ett få antal fall, tillskillnad vid kvantitativa studier som undersöker fler fall eller enheter med syfte att besvara hur vanligt förekommande någonting är (Ekström & Johansson, 2019:17). Vid en kvalitativ analys är således ett strategiskt urval att föredra, och därmed är uppsatsens urval även detta.

I urvalet av kanaler att utgå ifrån behövde frågan ”fall av vadå?” (Esaiasson m.fl., 2017:157) konkretiseras för att kunna göra ett urval från hela populationen, som i detta fall är samtliga svenska Youtubers. Eftersom intresset är en specifik målgrupp och vad denna målgrupp främst tar del av för Youtubekanaler/Youtubers, blir detta vad urvalet och fallet grundar sig i.

Urvalet utgår från Statens Medieråd och dess undersökning *Ungar & medier 2021* och *Ungar & medier 2019* som uppges vara Sveriges största statistiska undersökning av barn och ungas medievanor (Statens medieråd, 2021:7). Urvalet utgår även från Medieakamins kartläggning över vilka svenska Youtubers och kanaler som har störst makt i år. Medieakademin är en svensk ideell organisation som sedan 2017 genomför en kartläggning varje år över de fem mest populära digitala medieplattformarna. Kartläggningen kallas för *Maktbarometern* och visar genom olika uträkningar, av bland annat svenska visningar av videoinnehåll, likes och kommentarer, vilka Youtubers eller andra sociala medieprofiler som rankas ha störst inflytande och makt över det gångna året. *Maktbarometern* visar i sin kartläggning bland annat vilka 100 kanaler på Youtube som varit störst enligt deras beräkningar, samt hur många platser de klättrat eller tappat jämfört med tidigare år. Kartläggningen ger därmed en indikation på vilka så kallade Youtubers är störst och populärast i hela Sverige (Medieakademin, u.å.a; Medieakademin, u.å.b; Medieakademin, 2022).

### **Ålder och urval av kanaler**

Den åldersgrupp som jag valt att fokusera på är barn mellan 9–12 år. Enligt 1177 är åldern 8–9 färgad av bland annat ökad självständighet, språket och att det kognitiva tänkandet utvecklas, men de börjar också bli mer medvetna om hur de ser ut och vad andra tycker (1177, 2020). I åldern 10–12 utvecklas de vidare och börjar öva på att vara vuxna, kompisar blir viktigare och popularitet och att vara omtyckt likaså, man börjar jämföra sig desto mer och många barn blir kritiska mot sig själva (1177, 2019).

*Svenskarna och internet 2022* visar att Youtube genomsnittligen används mest av 00-talisterna, följt av 10-talisterna (Internetstiftelsen, 2022:171). Bland barn i låg och mellanstadiet är Youtube den plattform som används mest, och bland mellanstadiebarnen använder 65 procent plattformen minst varje dag och 79 procent åtminstone varje vecka, år 2022 (Internetstiftelsen:167–168). Till bakgrund av ovanstående kan alltså mellanstadieåldern tolkas bli mer och mer beroende av världen utanför sig själv, och Youtube som är det medium man konsumerar mest kan, enligt Gripsruds (2011) resonemang om sekundär socialisering (se Inledning) ses som en slags jämförelsepunkt som talar om vad som är rätt eller fel, vad man förväntas vilja eller inte vilja vara, med mera.

I *Ungar & medier 2021* deltog 656 barn i åldern 9–12 år (Statens medieråd, 2021:14). En av frågorna som ställdes i undersökningen var ”Vilka kanaler/användare/influencers på Youtube, Twitch eller liknande följer du? Skriv max 3 stycken.” (ibid, s.84) där de fem mest frekventa svaren för åldern 9–12 sammanställt och i rangordning var *Therese Lindgren, Jocke och Jonna, Matinbum, Ijustwanttobecool* och *Tomu*. Även i 2019 års undersökning, där frågan mer specifikt handlade om kanaler/användare/ videobloggare på YouTube, Twitch (dvs. exklusive influencers), var *Therese Lindgren, Jocke och Jonna* och *Ijustwanttobecool* med i topp 5 svaren bland 9–12 åringar (Statens medieråd, 2019:50). Alla tre kanaler ingår även i Maktbarometerns kartläggning av topp 100 kanaler, där de anges vara beräknade att vara de tre största kanalerna (Medieakademin, 2022:22–23). Till följd av detta har jag valt att undersöka kanalerna *Therese Lindgren, Familjen Lundell* (Jocke och Jonna), *Ijustwanttobecool2* (Ijustwanttobecool).

### **Urval av videor**

Som betonas med den etnografiska innehållsanalysen, enligt Altheide och Schneider (2013), är den reflexiv i sin utformning och är föränderlig utefter arbetets gång. Urvalet likaså menar Altheide och Schneider (2013) kan bli bättre efter större förståelse för ämnet. Genom att testa protokollet på några videor på kanalerna fick jag dels möjlighet att förbättra protokollet, dels möjlighet att bekanta mig mer med innehållet som helhet och lära mig vad som är typiskt som innehåll på kanalerna – vilket leder till att min kunskap om innehållet växte, och som i sin tur förbättrade urvalsramen.

Urvalet av videor från dessa kanaler har därför baserats på de frågor och kriterier som ryms inom det slutliga analysprotokollet – som återigen utgår från syftet och frågeställningarna och

som reviderats efter tester – och att de är videor som kan klassas typiska för kanalen. Det kriterier som behövde uppfyllas innefattade bland annat att både kvinnor och män framträdde i innehållet, att något typ av samspel mellan olika personer ägde rum, detta för att kunna se hur de framställer sig själva, hur de framställer eller bemöter andra, samt hur man samspelar eller förhåller sig till varandra. Eftersom de tre kanalerna har olika ämnen eller genrer skulle innehållet i videorna föredragsvis utgå från liknande kontext men samtidigt framstå som typiska för kanalen och vara ungefär lika långa i tid. För att få förståelse för detta gick samtliga publicerade videor igenom inom loppet av 3 månader på respektive kanal, från och med den 28:e november 2022. I denna process genomfördes en enkel kodning av innehållet som täckte bland annat vilka som figurerade på kanalerna, var innehållet utspelade sig, dess huvudsakliga tema, och så vidare. Därefter konstaterades vad som var mest frekvent i kategorierna och vad som då utgjorde mallen för urval – dels för test av protokoll, dels för att få en bild av innehållet. Det resulterade i tre utvalda videor som anses representera kanalernas typiska innehåll samt uppfyllde protokollets kriterier, samt var i liknande längd – mellan 15 och 21 min långa. Avgränsningen av tre månader gjordes för att en arbets- och tidsbegränsning finns och jag valde även att utgå från närtid då det skulle vara relevant för och representera ”dagens” innehåll. Samtliga kanaler hade även under denna tid publicerat flera videor (12-23st), vilket i sin tur kunde ge en bra förståelse för innehållets ämne och kontext.

Therese Lindgrens kanal och innehåll handlar mycket om henne själv, vad hon gör om dagarna där mycket är relaterat till djur, samt att hon testat olika typer av produkter. I de flesta videor är hennes pojkvän Anders med. Oftast befinner hon sig i sitt hem, stundtals i sin bil och i övrigt på andra platser hon temporärt besöker. Störst fokus har hon själv på kanalen och den video som valts ut är ”Besöker nudiststrand, du kan inte ana vad som händer sen” som publicerades den 4 september 2022 (ca 19 min).

På Jocke och Jonnas kanal Familjen Lundell är den vanligaste typen av innehåll att de visar vad de gör under en vanlig dag, vilket ofta utgår från deras hem eller att de är på någon slags utflykt med familjen. Generellt är Jocke i störst fokus på kanalen, men många videor inleds och avslutas med att Jocke och Jonna pratar tillsammans framför kameran. Den valda videon är ”Lunabelle fyller år!” som publicerades 2 november 2022 (ca 15 min).

I Ijustwanttobecool2 kanal drivs huvudsakligen av Emil, Victor och Joel, medan flera andra också medverkar. I deras videor är det vanligaste att de gör något typ utav test eller har en inbördes tävling mellan de som medverkar på kanalen, där de utgår från varierade platser både inom- och utomhus. Den valda videon är ”Vem är bäst på att fritera?” som publicerades den 25 september 2022 (ca 21 min). Störst övergripande fokus tycks Emil och Victor ha i samtliga genomgångna videor. De som oftast är med i videorna på kanalen är Emil, Victor, Joel och Jennifer, vilket även är fallet i denna video, samt två andra personer.

## Metoddiskussion

Det som kan ses som en styrka i de kvalitativa metoderna är att man djupdyker ner i diverse fenomen och man får omfattande förståelse om dessa, samtidigt kan det tolkande analysarbetet ses som en svaghet. ”Mening kan inte observeras utan måste tolkas och förstås. Som forskare kan vi inte förstå något utan att redan ha en förförståelse” (Ekström & Johansson, 2019:14). Den tolkande vetenskapen är alltså beroende av förförståelse för att vi ska kunna begripa eller göra betydelsefulla tolkningar, men det färgar också analysen, och ifrågasätts därför av somliga (ibid).

I mitt fall är jag en vit ung kvinna som är uppväxt i en semistor ort utanför Göteborg, jag betraktar mig som feminist – vilket för mig står för jämlikhet – och kan tolkas som att jag bär på en förförståelse kring vad som är rätt eller fel utifrån det perspektivet, det gör också att jag reagerar på företeelser utifrån det synsättet som positivt eller negativt. Vidare har jag inga barn själv och inte heller barn i åldern 9–12 år runt omkring mig som gör att jag personligen, i närtid, upplevt deras sociala samspel eller hur de möjligtvis pratar om Youtubers. Det gör exempelvis att slutdiskussionen beskriver potentiella meningsskapande konsekvenser hos dessa, men utifrån mitt perspektiv som är grundat i min förförståelse.

Personligen tittar jag inte regelbundet på Youtubers, och har inte tittat på de utvalda kanalerna de senaste åren. Däremot har jag en viss förförståelse om Therese Lindgren då vänner runt omkring mig konsumerar hennes innehåll och gör så med en positiv attityd, jag har exempelvis aldrig hört negativa uttryckningar om henne av dessa, något som jag däremot gjort om Jocke och Jonna i diverse medier. Men med detta i bakhuvudet har jag aktivt försökt göra så pass opartiska tolkningar som möjligt, och diskuterar olika potentiella tolkningar likaså. Jag har utgått från vad jag har framför mig och försökt att inte ha någon förutfattad

mening, men jag som person är givetvis speglad i tolkningarna på ett eller annat sätt då de härstammar från mig. Hade uppsatsen skrivits tillsammans med någon annan är det möjligt att tolkningarna blivit annorlunda.

Avsikten med denna uppsats var att studera flera kanaler som var bland de mest populära i den utvalda åldersgruppen, detta för att kunna uttala mig om representationen som förhoppningsvis berörde flest barn mellan 9–12 år. Samtidigt som ansatsen är snäv i förhållande till en kvantitativ studie med många fler analysenheter, kan den ändå betraktas som inte tillräckligt snäv. Ett annat alternativ hade varit att endast analysera en kanal och fler videor på denna kanal, vilket hade gett ännu djupare förståelse för hur representation upprepande ser ut på den specifika kanalen.

Urvalet i studien är ett strategiskt urval, som innebär att man teoretiskt generaliserar och genom detta ”lyfter man fram allmängiltiga aspekter som kan förväntas säga något väsentligt om också övriga närliggande fall i populationen” (Esaiasson m.fl., 2017:159). Denna kvalitativa studie belyser långt ifrån hela det svenska utbudet och innehållet på Youtube som konsumeras av barn mellan 9–12 år. Studien går på djupet med få fall och ger god kunskap om dessa, men genererar således inte mycket kunskap om många fall, däremot kan den trots det tänkas ge goda kunskaper och fynd att arbeta vidare ifrån.

## Studiens kvalitet

Som redan nämnts (se Kvalitativ metod) har studier, oavsett om de är kvantitativa eller kvalitativa, generaliserande anspråk och ambition (Ekström & Johansson, 2019:15ff). Men för att studier ska kunna generaliseras ställs samtidigt krav på kvalitet och att det vi påstår vara sant faktiskt är sant – slutresultaten behöver vara giltiga och tillförlitliga, det vill säga inneha validitet och reliabilitet.

Detta uppsatsarbete söker svar på bland annat *mening* och *betydelse* i det innehåll som publiceras på Youtube, något som känns igen från den tolkande vetenskapen. I förståelsen av mening kan vi inte endast observera utan vi behöver även tolka och förstå, vilket är en aktiv process och som ställer krav på en viss förförståelse (Ekström & Johansson, 2019:14–15), vilket även gör att mätprocessen blir tämligen individuell och vi kan inte garantera att resultaten blir detsamma. Liknande menar Altheide och Schneider (2013:18) att den etnografiska innehållsanalysen är individualistisk, i form av att den som undersöker är väldigt

involverad i hur analysen har gått till, i relation till begrepp, relevans, insamling av data, hur protokollet utformats och kategoriernas interna logik. Med andra ord speglas undersökaren i sin analys.

Reliabilitet avser att vi mäter på samma sätt oavsett vem som gör det, med korrekta mått och avsaknad av slarvfel (Esaiasson m.fl., 2017:64f; Ekström & Johansson, 2019:13), men den definitionen är desto mer relevant i kvantitativa studier, medan i kvalitativa studier brukar man betona transparens. Tracy (2010:841) presenterar ett antal kriterier att arbeta med i kvalitativa studier för att uppnå kvalitet, däribland 'sincerity', som inkluderar transparens. 'Sincerity' innebär bland annat att forskaren eftersträvar att vara självreflexiv, genom ärlighet och autenticitet, och transparens, genom öppenhet om undersökningsprocessen.

Även Ekström och Johansson (2019:15) exemplifierar sex kriterier som en kvalitativ och tolkande studie kan arbeta med. Dessa innefattar en eftersträvan av koherens, omfattning, intersubjektivitet, öppenhet, djup och kontextualitet. Det innebär bland annat att man ska förhålla sig sakligt till och utgå från det material man tolkar, ta hänsyn till dess sammanhang samt ha ett eget kritiskt förhållningssätt och vara öppen för alternativa tolkningar, det ska vara sammanhängande och djupgående. Detta har eftersträvats bland annat i att presentera alternativa tolkningar och försök i att ta ett kliv tillbaka och opartiskt tolka innehållet, med hänsyn till kontext. Vad gäller intersubjektivitet menas att flera oberoende forskare gör en liknande tolkning, detta har inte kunnat eftersträvats explicit under arbetets gång, men de tolkningar som görs i analysen och de slutsatser som dras går i linje med eller härstammar i mångt och mycket från den genomgångna litteraturen i arbetet, det vill säga liknande tolkningar andra gjort i liknande studier.

Ett annat kriterium som presenteras av Tracy (2010:839+848) för kvalitativa studier att arbeta med är 'meaningful coherence'. Kriteriet, översatt till meningsfullt sammanhängande studier, innebär att studien ska uppnå det uttalade syftet och handla om det den avsett att handla om, den ska använda lämpliga metoder som samarbetar med valda teorier och sammankoppla relevant litteratur i samtliga stadier. Studien ska alltså inneha validitet, som även går att förstå som att det finns en "överensstämmelse mellan teoretisk definition och operationell indikator" (Esaiasson m.fl., 2017:58). Arbetet behöver kännetecknas av att man mäter det man avsett att mäta (ibid), och detta är något man reflexivt behöver arbeta med under studiens gång för att säkerställa. Det vill säga, samtliga komponenter överensstämmer och hänger ihop. I min

eftersträvan att uppnå validitet och en meningsfullt sammanhängande studie har syftet och frågeställningarna reviderats och preciserats flera gånger för att se till att syftet besvaras av resultaten, och avgränsningar har gjorts för att säkerställa att syftet även kan besvaras inom tidsramen för studien. Metoden är likaså anpassad efter syfte och frågeställningar för att säkerställa att jag empiriskt kan mäta det som avses mätas, och teorier och tongivande teoretiker har valts ut som går i linje med vad som avses besvaras. Även litteratur inom teori och tidigare forskning har valts baserat på att det är relevant till kärnan i studien – det berör exempelvis representation, genus, intersektionalitet, barn och Youtube.

## Resultat och analys

Resultatgenomgången och analysen är uppdelad utefter studiens frågeställningar, tillsammans med tematiska underrubriker. Först presenteras resultaten under respektive tema, följt av en sammanfattande analys av samtliga videor. I resultatgenomgången har även respektive video/kanal separerats från varandra för ökad tydlighet, först presenteras Therese Lindgrens video, följt av Familjen Lundell, och sedan Ijustwanttobecool2.

### Aktörer och utrymme

För att söka svar på den första frågeställningen gällande vem/vilka och hur mycket utrymme olika individer får i innehållet görs först en kort presentation kring vilka vi ser och vad de gör i innehållet, vilket utrymme de får, samt utrymme i förhållande till varandra och videons ämne.

#### *Personer som figurerar i innehållet – Therese Lindgren*

I Therese Lindgrens video ”Besöker nudiststrand, du kan inte ana vad som händer sen” är hon själv och hennes pojkvän Anders de synliga och medverkande personerna i innehållet. Therese är en vit kvinna och Anders är en vit man, de båda är rimligtvis i cirka 35-års åldern.

#### *Videons kontext och personernas utrymme*

I videon är Therese och Anders inledningsvis och förtidsröstar inför det dåvarande riksdagsvalet, därefter får vi följa dem när de fikar och de går på stan och vi får se ett kort inklipp av en dokumentär Therese medverkar i som handlar om valet att inte skaffa barn. De åker sedan och badar, och därefter får vi följa Therese och Anders i deras hem samt när de räddar en rättunge från gatan och bygger/köper ett bo åt den.

Therese är den som syns och hörs mest i innehållet, när hon talar är hon nästintill hela tiden i bild, medan man kan höra Anders tala betydligt mer utanför bild. Therese filmar Anders ensam i bild bland annat när han badar och när de fikar. Hon håller ofta kameran framför sig eller har positionerat den på ett sätt som gör henne centrerad i bilden, samtidigt som hon berättar om vad hon gjort det senaste eller vad hon gör/ska göra i stunden. Ibland filmar Anders henne, bland annat i en sekvens när hon gör i ordning en djurbur. Mycket av innehållet i videon handlar om djur – deras hundar, kossor eller den rättunge de hittar på



gatan. Det framgår att djur är något Therese bryr sig mycket om och därför kan utrymmet framstå som proportionerligt med att hennes intresse och aktioner står i fokus i videon.

### *Personer som figurerar i innehållet – Familjen Lundell*

I Jocke och Jonnas video ”Lunabelle fyller år!” ser vi flertalet människor med i innehållet. Vi ser Jocke och Jonna, deras två barn Lunabelle och Lionel, tre olika snickare, en chaufför samt två som jobbar med att filma deras videor. Jocke är en vit man i cirka 35-års åldern, Jonna är en vit kvinna i cirka 30-års åldern, dottern Lunabelle är en vit flicka som är fyra år gammal och sonen Lionel är en vit pojke som är cirka två år gammal. Samtliga övriga, vilket avser de tre snickarna, de två kameramännen samt en chaufför, är alla vita män, uppskattningsvis i blandad ålder mellan 25 och 40 år.

### *Videons kontext och personernas utrymme*

Videons ämne och huvudsakliga fokus är att dottern Lunabelle fyller fyra år och de arrangerar ett firande för henne. Videon inleds med att Jocke pratar framför kameran i deras hus som renoveras av flertalet snickare, senare pratar både Jocke och Jonna om dotterns födelsedag, vad deras planer är samt om att Jocke ska åka i väg på turné, i en limousine, för sin nya film senare den dagen. När Jonna hämtat barnen från förskolan firas Lunabelle av familjen, de närvarande snickarna och kameramannen, och vi ser henne sedan öppna och leka med sina nya presenter. Därefter avslutas videon med att Jocke blir upphämtad i en limousine och familjen vinkar hejdå till tittarna.

De som står i fokus i innehållet är Jocke, Jonna och deras två barn, Lunabelle och Lionel. Allra störst fokus av dessa får Jocke och Lunabelle, det kan tänkas förklaras av att de firar Lunabelle som fyller år, följt av att Jocke ska åka i väg på turné i några dagar. Jonna tar en mer passiv ställning i videon än Jocke och hamnar mer i bakgrunden, detta genom att bland annat inte prata med kameran lika aktivt, samt att hon lämnar huset för att hämta barnen. Övriga som är med syns mer sällan i bild och får inte komma till tals i samma utsträckning, och i regel endast när Jocke talar med dem.

### *Personer som figurerar i innehållet – Ijustwanttobecool2*

I Ijustwanttobecools video ”Vem är bäst på att fritera?” ser vi Emil, Victor, Joel, Jennifer och Ara, och vi hör kameramannen Felix. Samtliga män i videon är män i cirka 25–30 årsåldern,

alla är vita män förutom Ara som till synes har etnisk härkomst från mellanöstern. Den enda kvinnan i videon är Jennifer som är en vit kvinna och är cirka 25 år.

### *Videons kontext och personernas utrymme*

Kontexten för videon är att de ska genomföra en matlagningstävling, den går ut på vem som kan tillaga den bästa friterade måltiden. De står i ett stort kök, liknande ett restaurangkök med flera stationer och bord att tillreda maten på, med en inspelningsstudio i anslutning. De tävlande är Emil, Victor, Joel och Jennifer, varav Felix filmar och Ara filmar samt är domare i tävlingen. Vi får följa deras process i tillagningen under tidspress, löpande med ett sketchliknande inslag med Victor som ska försöka få Ara ”full” och på så sätt ska lyckas vinna tävlingen, eftersom han menar att friterad mat smakar bäst i det tillståndet. De gör även ett reklaminslag i mitten av videon för ett företag som smaksätter vatten, medverkande i denna sekvens är Victor, Emil och Joel. När tiden är slut smakas maten av, av Ara, och han beslutar därefter om en vinnare, vilket blir Emil.

Allra mest utrymme i innehållet får de tävlande, men uppskattningsvis får även Victor något större utrymme av dessa i och med sin sketch. Ara är positionerad mer bakom kameran i rollen som filmare, men mot slutet av videon ska Ara testa maten och avgöra vem som är vinnare, i och med det får han mer utrymme i bild – dock framstår Ara över lag som mer obekvämt framför kameran än övriga deltagare. Övergripande kan det tolkas som att utrymmet beror på videons fokus och är därmed inte knutet till någon särskild person, förutom att Emil och Victor ofta positioneras i mitten av bilden jämte de andra, men i övrigt är fördelningen relativt jämn mellan de synliga deltagarna.

### *Avslutande sammanfattning och analys*

Övergripande kan vi se att fler män än kvinnor är synliga och representerade i innehållet. Av samtliga, inklusive barnen, är 4 av 18 personer kvinnor – däremot har de kvinnor som är med mer eller ungefär lika centrerade roller som flera av männen. Detta kan tänkas gå i linje med de resultaten från tidigare studier (se Kopacz & Lawton, 2011:340+342; Guo och Harlows, 2014:290; Reguiera m.fl., 2020:37) som lyfts och som diskuterar att det potentiellt finns en manlig media bias på plattformen Youtube eller generellt i medier, eller att kvinnor i sällskap med män har större popularitet, vilket kan kopplas till Jocke och Jonnas samt Ijustwanttobecools kanaler.

När det gäller etnisk representation var det endast en av alla personer i innehållet som såg ut att ha utomnordiskt ursprung, övriga har svensk/västerländsk etnicitet. Detta gör naturligtvis att analys kring *hur* etnicitet representeras svårare, men samtidigt tyder det övergripande på en bristande representation av personer med en annan etnicitet än svensk, åtminstone på de tre största Youtubekanalerna. Det kan också tänkas potentiellt och sammantaget stärka det resonemang som förs av Hirdman (1988:51) och de los Reyes och Mulinari (2005:10+24) att det finns en hierarki rörande kön men också gällande ”ras” – det väcker åtminstone onekligen frågor kring varför representationen ser ut som den gör.

## Normer och stereotyper

Följande avsnitt söker svar på den andra frågeställningen, gällande hur respektive individ framställs i relation till normer och stereotyper som berör kön och etnicitet. För att genomföra detta har innehållet studerats utifrån hur människor framställer sig själva och hur de bemöter eller framställer andra i innehållet – både i förhållande till utseende och beteende. I analysdelen diskuteras huruvida man upprätthåller normer eller motsätter sig detta i samtliga videor.

### *Beskrivning av figurerande personer – Therese Lindgren*

Synliga i innehållet är som sagt Therese och hennes pojkvän Anders. Thereses har ett sminkat ansikte, blont långt hår och bär guldiga smycken – ringar, klocka, örhängen, armband och ett Chanel-halsband. Hennes kläder varierar genom videon, inledningsvis syns hon i en svart keps, med helt svarta kläder varav en polotröja, kappa/kavaj och sneakers, samt utsläppt hår – möjligtvis plattat. Därefter har Therese bytt till svarta träningskläder, fortfarande iklädd keps och smycken. Senare bär hon håret uppsatt i en klämma och i mer avslappande kläder, varav en svart tjocktröja, ett svart linne och svarta mjukisbyxor, och fortfarande med samma smycken. Vi kan även se henne köra en Tesla (bil) i innehållet. Anders har mörkbrunt kort hår och vårdat brun/grått skägg och mustasch och han har tatueringar längs ena armen. Även Anders klädsel varierar i videon mellan deras aktiviteter, inledningsvis bär han en ljus t-shirt, med en grå munkjacka och en blå sportig väst, tillsammans med gråa jeans och svarta skor. Senare har han bytt till gråa mjukisbyxor, och efter det även andra mörka mjukisbyxor med samma gråa munkjacka som innan, samt en svart t-shirt.

Det går att förstå att Therese och Anders är ett heterosexuellt par, som diskuteras mer i nästa avsnitt, samt att de till synes inte har några barn tillsammans. Vi får i början av videon som sagt se en trailer från Thereses medverkan, och delvis Anders, i en dokumentär vid namn ”Slippa bli mamma” som handlar om valet att inte skaffa barn. I dokumentären verkar Therese möta andra kvinnor, möjligtvis offentliga personer, som valt att inte skaffa barn och i trailern kommer texter upp som lyder ”Therese Lindgren har ingen barnlängtan”, ”Kan man bli lycklig utan barn?”, ”Kommer hon ångra sig?”. Man förstår att Therese inte tror att hon vill ha barn eller känner sig åtminstone väldigt osäker i valet, i trailern säger Therese bland annat ”man kan leva ett innehållsrikt liv utan barn” och ”min värsta tanke är ska jag dö själv”.

Det framgår tydligt att Therese tycker om att syssla med djur, då hon söker sig till det och är exalterad och glad i dessa stunder. Personlighetsmässigt framstår både Therese och Anders som två glada personer, de ler mycket, är lugna och har en kommunikation som är artig och uppmuntrande gentemot varandra. Vid ett tillfälle ska Therese göra i ordning en temporär djurbur i form av en plastlåda som hon ska borra hål i. Innan hon börjar frågar hon Anders om råd, då hon inte verkar veta exakt hur hon ska göra eller inte verkar förlita sig på sin egen förmåga. Vidare föreslår Anders, hjälpsamt, hur hon ska göra med buren, följt av hur hon efteråt ska flytta rättungen de hittat från den ena lådan till den andra.

### *Beskrivning av figurerande personer – Familjen Lundell*

På Familjen Lundells kanal möter vi Jocke, Jonna, deras två barn, två kameramän, tre snickare och en chaufför. Jocke har kort hår, färgat rosa, och han har tatueringar över hela kroppen inklusive ansiktet. Hans kläder består av bland annat en svart t-shirt med tryck på, blåa jeans med slitningar och tryck på, svarta sneakers, ett par svarta solglasögon, armband, ring och örhängen, samt en näspiercing. Jonna har långt mörkt utsläppt hår, ett sminkat ansikte och långa målade naglar. Hennes klädsel är en svart tröja med en svart väst över, beigea stickade byxor och en leopardmönstrad scrunchie runt handleden och ring på ena handen, senare bär hon ett par vita sneakers. Likt Therese och Anders är Jocke och Jonnas ett heterosexuellt par, men till skillnad från dem har Jocke och Jonna två barn tillsammans. Dottern till Jocke och Jonna, Lunabelle, bär en ljusrosa klänning, vita strumpbyxor och har en lång hästsvans med en stor rosa tofs och rosa-glittriga hårspännen i håret, senare bär hon även rosa regnstövlar. I videon får hon även presenter eftersom de firar hennes födelsedag, samtliga presenter går i rosa färgskala. Deras son, Lionel, har kort blondt hår med en tofs på huvudet.

Han är klädd i tröja och byxor som går i beige och gult, och han bär senare blåa regnstövlar. De övriga männen, som avser de tre snickarna, de två kameramännen och chauffören, bär blandad klädsel men som i regel består av byxor och någon form av överdel, antingen ett linne, en t-shirt eller en långärmad tröja och jacka, varav de tre snickarna bär snickarbyxor med verktyg. Samtliga har kort hår och några har tatueringar.

Tittar man på Jocke och Jonnas personligheter eller beteende framstår Jonna, generellt och med barnen, som lugn och ansvarsfull, medan Jocke också är relativt lugnt men är desto mer utåtriktad och framstår som den ”roliga pappan”. Gentemot varandra insinuerar Jonna bristande tillit till Jocke vid ett tillfälle, detta angående hans förmåga att slå in paket och göra andra saker inför kalaset, något som Jocke motsätter sig och menar att det är något han klarar av. I övrigt är de kärleksfulla mot varandra och de pussar varandra vid flera tillfällen och ger varandra kramar, och vi ser också Jocke krama och pussa på barnen.

När Jocke pratar med de övriga männen i videon är det ofta väldigt skämtsam stämning och de skrattar stundvis alla tillsammans. Dock pratar Jocke, och delvis Jonna, om och med kameramännen och en av snickarna på ett förminskande och förenklande sätt, och Jocke tillskriver egenskaper och pratar något fördomsfullt. Dessa relationer och diskurs diskuteras mer i nästa avsnitt.

### *Beskrivning av figurerande personer – Ijustwanttobecool2*

I Ijustwanttobecools video ”Vem är bäst på att fritera?” ser vi som sagt Emil, Victor, Joel, Jennifer och Ara, och vi hör kameramannen Felix. Samtliga män i videon är klädda i diskreta färger, de bär jeans eller andra byxor, t-shirt eller skjorta, och Victor bär en svart mössa och Emil bär en klocka. Alla män har kort hår förutom Joel som har uppsatt hår i en tofs. Felix som filmar får vi inte se i videon, utan endast höra, bortsett från ett kort inklipp av en bild där vi ser att han är vit och har kort blondt hår. Den enda kvinnan i videon är som sagt Jennifer, hon bär en svart oversize t-shirt med tryck på, tillsammans med svarta byxor, hon har långt hår, ett sminkat ansikte och bär diverse smycken.

Det är en hög ljudnivå bland majoriteten av männen med olika markeringar som ger uttryck för både en vilja och tro om att vinna och de tar upp mycket plats i sammanhanget. Jennifer tolkas delta i den höga ljudnivån och jargongen, men hon har en betydligt lugnare framtoning och ger inte uttryck för självhävdelse, snarare för en större misstro till sin egen förmåga.

I en sekvens i videon diskuterar man manlighet relaterat till stark mat, och Jennifer menar att det är en ”manlighets-grej” att inte kunna säga att man inte gillar stark mat, samtidigt som hon menar att Ara säkert gillar det. Varpå Joel ironiskt och i samband med detta svarar att ”Jennifer, det finns ingenting som är för starkt (...) det har jag aldrig varit med om någonsin”.

Jennifer, som ensam tjej i sammanhanget och videon, kom även sist i matlagningstävlingen och framställs därmed som sämre än killarna. I samband med att hon ska presenteras sin mat (sist) ber Emil även Victor gå fram *igen*, i stället för att låta Jennifer få sin tur, vilket gör att hon framställs som mindre viktig. I övrigt framgår det att Jennifer är den som inhandlat maten till inspelningen för samtliga deltagare.

### *Sammanfattning och analys*

Samtliga personer kan klassas som huvudsakligen könsnormativa i sitt utseende, den denoterade nivån som beskrivits ovan kan sägas konnotera en könstillhörighet eller ett socialt kön. Exempelvis genom att gå i linje med de normer och ideal som lyftes tidigare av Ambjörnsson (2016:100–101), som att samtliga vuxna kvinnor bär smink, har långt hår och klär sig till övervägande del utefter dessa föreställningar. Medan männen har kontrasterande utseenden i form av att de inte bär smink, har kort hår, bär generellt lösare kläder och dova/mörka färger.

De vars utseende avviker någorlunda är Jennifers klädsel och Jockes rosa hår och helkroppstatueringar. Jennifers oversize t-shirt kan tänkas föreställa ett lösare klädesplagg, som går emot den norm Ambjörnssons (ibid) exemplifierar med att kvinnor förväntas bära tajta kläder, men i övrigt avviker Jennifer inte från den könsnorm som beskrivs med smink, smycken och långt hår. Alla kvinnor i videorna bär även sneakers vilket i Ambjörnssons (ibid) studie klassas som något mindre kvinnligt av de intervjuade tjejerna. Att kvinnor bär sneakers framför andra skor är vanligt förekommande idag och man kan därmed tänka sig att det skett en utveckling sedan Ambjörnssons studie, men det bekräftar möjligtvis även att det är enklare för just kvinnor att vara mer gränsöverskridande när det kommer till könsnormer (SOU 2014:6, s.340). Flera kvinnor bär mer manligt kodade plagg eller dylikt i videorna medan motsatsen inte framträder.

Jocke kan i sin tur tänkas, med hjälp av kod, försöka differentiera sig med sitt hår och sina tatueringar, då det avviker från det ”vanliga”. Tas detta vidare från den denoterande nivån till

den konnoterande återigen (Hall, 2013a:22–23) kan det tolkas som att Jocke vill framstå som modern och unik. Detta eftersom man exempelvis kan känna igen sig i att det fortfarande är vanligare med naturligare hårfärger, det vill säga normativt, är det samtidigt allt fler människor i världen som numera bär *onaturliga* (som rosa/blå/grön/etcetera) hårfärger, detta som ett sätt att utmärka sig och/eller i samband med ett stilistiskt eller kulturellt uttryck. Det kan därtill tolkas olika, som det poängteras av Hall (2013a:16ff) i förhållande till semiotiken. Vi läser alla av kod eller tecken olika och den konnoterande nivån är beroende av både skribenten och läsaren, därmed kan det tänkas att inom en viss kultur eller subkultur kan gensvaret vara positivt, medan det förkastas i andra. Vidare kan det faktum att vi ser Therese köra en Tesla och synligt bära ett Chanel-halsband, som är två märken välkända för att vara exklusiva och dyra, ses som tecken för att utmärka och konnotera att hon har pengar och är en del av en högre klass. I enlighet med ett intersektionellt perspektiv kan hon sägas konstruera och differentiera sin klasstillhörighet med dessa tecken (de los Reyes & Mulinari, 2005:91), liknande kan man resonera kring att Jocke syns åka på turné i en limousine. Det kan också, som i Martínez och Olssons (2019:44) artikel om hur svenska barn bland annat skapar mening kring Youtubers som fenomen, leda till negativa känslor som avundsjuka, eftersom man i 9–12 år ålder sällan kan köpa/få sådana exklusiviteter själv.

Flera kvinnor och män kan ses som att de passar in på de könsnormativa och stereotypiska föreställningarna kring hur man ska agera eller vara, där det mest utmärkande är att flera kvinnor framstår som lugna, eller lugnare i jämförelse med männen, och männen i kontrast är mer utåtagerande (SOU, 2014:6, s.67+216). Med undantag för Anders som i jämförelse med Therese framstår som lugnare, men som också kan bero på att videons ämne är nära Therese och hon har även mer utrymme i videon.

Therese och Anders har som sagt inga barn tillsammans och kan därmed ses som avvikande från den rådande normen gällande föräldraskap, eftersom detta verkar vara självvalt och inte ett fall av ofrivillig barnlöshet. Detta kan återigen kopplas till det stereotypiserande som Hall (2013b:234) kallar att reducera, i detta fall kvinnor, ner till dess essens, eller Hirdmans (2010:80ff) stereotypiska genuskontrakt. Båda som talar om att enligt samhället ska kvinnan bära barn och mannen ska försörja denna kvinna (och barn). Likadant visar Gillespie (2000:223+227–228) artikel att kvinnor förväntas vilja ha barn, annars riskeras deras femininitet enligt den historiska och traditionella diskursen. Det blir tydligt att Therese därmed går emot den förutfattade meningen om kvinnors sociala roll i moderskapet.

Samtidigt är de frågeställningar som framträder i videon, som ”Kan man bli lycklig utan barn?”, möjliga att tolka som att de reproducerar det normativa tänkande, eftersom de är vinklade på ett sådant vis att de förstärker normen och Thereses eventuella brytande, samt att hon själv uttrycker tvivel i form av att hon inte vill dö ensam. Vidare, och i kontrast, uppfylles i stället denna norm av Jocke och Jonna, som tillsammans har två barn.

Vad gäller den könshierarki som Hirdman (1988:51) presenterar kan det finnas bekräftande tecken på detta mellan Therese och Anders, samt mellan Jennifer och övriga män i Ijustwanttobecools video. Könshierarkin placerar som tidigare nämnt mannen högre än kvinnan, eftersom mannen är norm och därmed det rätta/bättre. Det kan tolkas som att Therese insinuerar att Anders vet bättre än hon själv vad gäller vissa områden, här i relation till att borra och göra i ordning för den temporära djurburen. Även eftersom det omvända förhållandet inte är synligt kan det tolkas som att det finns en hierarki som positionerar Anders högre än Therese, då han inom detta område framstår som ”experten”. Liknande mönster finner vi för Jennifer som dels placeras sist i tävlingen, dels negligeras sin tur att presentera sin mat, hon framstår därmed som sämre och bortprioriterad i relation till männen.

Slutligen kan olika former av stereotypiserande och trans-coding ses som framträdande, både i Jocke och Jonnas samt Ijustwanttobecools videor. Stereotypisering innebär som sagt att man reducerar och simplificerar människor och dess egenskaper till få beståndsdelar och de ses som *fixerade* av naturen, i stället för kultur, och trans-coding är när man försöker ersätta rådande stereotyper med en ny mening (Hall, 2013b:247+259).

Gentemot varandra kan Jonna tänkas insinuera bristande tillit till Jocke, detta angående hans förmåga att som sagt göra saker inför kalaset och slå in paket, något som Jocke motsätter sig och menar att det klarar han. Jonna kan tänkas basera sitt uttalande på tidigare erfarenhet, att han inte har gjort det eller gjort det ”tillräckligt bra” innan, men också på ett stereotypiserande i form av att hon reducerar Jockes förmåga baserad på en förutfattad mening (Hall, 2013b:247–248). Exempelvis att som *man* är detta ingenting Jocke klarar av då det vanligtvis är kvinnorna som sköter liknande uppgifter, något Jocke i sin tur inte håller med om utan hävdar motsatsen. Hävdandet kan i sin tur tolkas som att han inte vill visa svaghet, som går i linje med de könsnormer som nämnts tidigare (SOU, 2014:6, s.216), men det kan också tolkas som trans-coding, att Jocke försöker ersätta den rådande meningen med en ny och visa på att



han visst kan göra det. Detta kan i sin tur förstås som att i samspelet mellan Jocke och Jonna finns tendenser till att diverse könsstereotyper utmanas.

Det förekommer även stereotypiserande mellan Jocke och Jonna och de som arbetar för dem, genom att man nedvärderande skämtar om dessa och tillskriver de egenskaper baserat på tillkortakommanden och fördomar. Därmed reduceras dessa personer i innehållet ner till få egenskaper och egenheter (Hall, 2013:247), detta diskuteras mer i nästa avsnitt.

I *Ijustwanttobecools* video insinuerar Jennifer ett stereotypiserande gällande män och stark mat, nämligen att det är en ”manlighets-grej” att säga att något inte kan vara/är för starkt. Uttalandet och fenomenet skämtar Jennifer och Joel sedan om i en sarkastisk jargong, som kan tolkas som trans-coding. Detta genom att man uppenbarligen driver om det, vilket kan tolkas som att man inte vill se den rådande meningen som något självklart utan man utmanar den och det kan i sin tur potentiellt skapa en ny mening.

Sammanfattningsvis kan vi se tecken på att könsnormer upprätthålls och till viss del utmanas, de upprätthålls främst gällande fysiskt utseende, med vissa undantag, men samtliga personer kan sammantaget sägas konstruera sig utefter sitt sociala kön. När det kommer till normen i att skaffa barn ser vi att den både upprätthålls och bryts. Vad gäller hur man uppträder finns fler variationer, men könsstereotyper kan sägas förekomma i de flesta fall, medan stereotypiserande och motstånd till stereotypiserande förekommer ibland.

## Maktförhållanden

I detta avsnitt avses den tredje frågeställningen besvaras, gällande samspel och maktförhållande mellan individer som uppträder i innehållet. Nedan redogörs vilka antagna relationer mellan personer som är synliga i respektive video, och huruvida det finns en balans eller obalans sinsemellan i relation till makt.

### *Figuranter samspel och kommunikation – Therese Lindgren*

Therese och Anders har en synlig kärleksrelation, de både kallar varandra ”älskling” och det framgår tydligt att de bor tillsammans, detta då de spenderar tid tillsammans i en lägenhet där de äter mat och förbereder boet för rättungen de funnit samt att de pratar om att de ska titta på film tillsammans på kvällen i samma säng.

Det framkommer ingen synlig obalans i förhållande till makt, möjligen att Therese insinuerar att Anders är mer kunnig än henne ibland, som nämndes i avsnittet ovan. I övrigt berömmar de varandra och svarar lyhört på varandra hela tiden. Therese beskriver exempelvis att kvällen inte blev som de först planerat men att ”vi bestämde...” vilket indikerar en överenskommelse. Övergripande verkar deras kommunikation präglas av ömsesidighet och en vilja till att hjälpas åt, i det avslutande segmentet i videon frågar Therese exempelvis om hon får lov att titta på filmen tillsammans med Anders som redan börjat titta, varpå han svarar att hon får det. Samtidigt får vi inte se det omvända förhållandet i denna video, det vill säga att Anders frågar Therese om lov om diverse saker. Men vi ser Therese göra saker själv som hon verkar vilja göra, vilket kan tänkas indikera att Anders respekterar hennes vilja eller tid hon ägnar åt det.

### *Figuranter samspel och kommunikation – Familjen Lundell*

Jocke och Jonna har en kärleks- och familjerelation, och de har två barn tillsammans. Det finns ingen större identifierbar obalans eller hierarki sett till kommunikation mellan Jocke och Jonna, mer än att Jonna indikerar bristande tillit emellanåt. Däremot verkar det vara mer obalans sett till vem som gör vad, där Jonna framstår som mer ansvarstagande i kontexten. Det framgår att hon är den som exempelvis inhandlat tårtan till kalaset, och den som senare hämtar barnen från förskolan och organiserar kring vad som behövs göras innan hon kommer tillbaka med dem.

Det går även att identifiera vänskapliga relationer mellan Jocke och Jonna och de personer som syns i innehållet som arbetar för dem, antingen med att filma för dem eller renovera deras hus. Det framgår tydligt att de känner varandra väl genom sättet de pratar med varandra på och att sonen bland annat springer upp i armarna på en av snickarna. Däremot förekommer ojämna beskrivningar mellan parterna, som nämndes i avsnittet tidigare. Jonna och främst Jocke skämtar emellanåt nedvärderande om dessa och tillskriver dem egenskaper baserat på tillkortakommanden och fördomar. Bland annat framställs den ena kameramannen som ”dum” genom att Jocke påpekar ett misstag han har gjort och Jonna stämmer in i att man i princip kunde förvänta sig det beteendet från denna person, samt att Jocke säger till honom att ”nu har du *till och med* stalkat golvet”, vilket signalerar ett slags upprepat beteende som man bara förstår om man sett tidigare innehåll, men som också indikerar att detta sätt att prata om kameramannen är en upprepad företeelse. Vidare pekars en snickare ut som att ha en ”knarkgömma” i ett utav rummen och Jocke klickar/avbryter även ett telefonsamtal med den

andra kameramannen till följd av att han sagt att han inte vill titta på honom längre. Under telefonsamtalet har de båda skämtsamt kallat varandra fula i samband med genomförda hårtransplantationer. Ovan gjorda uttalande görs visserligen i en skämtsam ton och kan tolkas vara en del av en vänskaplig jargong men kan, trots det, betraktas som relativt respektlösa. Det är inte heller någon som motsätter sig att bli omtalad på detta vis och det omvända förhållandet framträder inte i samma utsträckning, mer än under telefonsamtalet.

### *Figuranterers samspel och kommunikation – Ijustwanttobecool2*

Gällande personerna i Ijustwanttobecool video är de samtliga till synes kompisar och kollegor med varandra, och det finns över lag ett balanserat kommunikativt utbyte mellan alla parter. Däremot är Joel den mest högljudda och aggressiva, och han framställer Victor som sämre än han själv då han säger att han inte kan förlora tävlingen mot just honom. Tolkningsvis är Jennifer mest utsatt för negativa skildringar, vilket positionerar henne lägre än övriga. Hon benämns som bland annat oförmögen att göra fler saker samtidigt och Joel klagar (skämtsamt) på att hon köpt fel typ av ris. Vidare befinner sig Ara mer bakom kamera och framstår som mer osäker än övriga framför kameran, som domare ifrågasätts även hans beslut av Jennifer och Joel som hamnar sist respektive näst sist i tävlingen.

### *Avslutande sammanfattning och analys*

På både Thereses kanal och Jocke och Jonnas kanal kan vi se att de lever i heterosexuella kärleksrelationer, det kan därmed tänkas leva utefter den norm och förväntningar som finns på respektive kön om att man ska leva tillsammans med motsatt kön (Ambjörnsson, 2016:94–95). Hirdman (1988:54) specificerar inte exakta exempel med genuskontrakten, men det kan tänkas ha en liknande innebörd då hon menar att det finns detaljerade beskrivningar vi lär oss om män och kvinnor som berör bland annat vilka relationer som är ”tillåtna”. Inga övriga relationer utöver vänskapliga går att identifiera mellan figuranterna i Ijustwanttobecools video.

Vad gäller Therese och Anders identifieras ingen tydlig obalans i förhållande till makt, men som diskuterades i avsnittet tidigare positioneras möjligtvis Anders högre än Therese baserat på att hon visar ett större förtroende för hans omdöme, och möjligtvis som bättre än sitt eget. Vi såg även Therese uttryckligen ta hänsyn till Anders tid, vilket potentiellt sätter honom i en mer ledande eller högre värderad roll, men samtidigt ser vi Therese göra saker hon själv

verkar vilja göra i videon. Man får inte se alla deras bakomliggande samtal vilket gör att ingen tydlig slutsats kan dras gällande makt. Men i och med att, det specifikt förstnämnda, samspelet förekommer så pass naturligt är det möjligt att Anders ur ett hegemoniskt perspektiv har mer symbolisk makt än Therese i relationen (Hall, 2013b:248ff). Liknande ser vi att Jennifer framställs som sämre än övriga i Ijustwanttobecools video, och kan därför tänkas ha mindre symbolisk makt än övriga. Desto mer tydligt går det att identifiera hegemoni i samspelet mellan Jocke och Jonna och de som arbetar för dem.

Som nämndes ovan i resultatgenomgången kan det tolkas som att stereotypiserande framträder mellan parterna då Jocke och Jonna pratar om eller skämtar med arbetarna på ett något nedlåtande vis – sett till både utseende och beteende. Som sagt görs uttalandena visserligen i en skämtsam ton men är trots det ganska respektlösa. Eftersom ingen heller motsätter sig diskursen kan det tyda på att en vis hegemoni råder. Som Hall (2013b:248ff) betonar uppstår stereotyper vid ojämlika maktförhållanden, och det faktum att snickaren och kameramännen är anställda av Jocke och Jonna kan tyda på en sådan ojämlik position. Vidare framstår diskursen som självklar och naturlig, i och med att det inte ifrågasätts och de skrattar samtidigt tillbaka tillåts det att fortsätta. Därmed kan även Jocke och Jonna betraktas som att ha symbolisk makt, i detta fall över arbetarna. Ser man detta ur ett intersektionellt perspektiv som berör den sociala positionen klass är det tydligt att det finns en hierarkisk gränsdragning mellan Jocke och Jonna och de som arbetar för dem (de los Reyes & Mulinari, 2005:24).

Slutligen, som nämndes i inledningen till uppsatsen (se Inledning), får ofta icke-vita personer mer passiva roller i svenska medier, utan tal och interaktion (Osanami Törngren m.fl., 2021:64). I Ijustwanttobecools video ser vi Ara som är den enda personen i samtliga videor med ett utomnordiskt ursprung. Som beskrivits tidigare kan hans och övriga personers synlighet i videon stå i proportion med videons fokus, men hans roll är trots det mer i bakgrunden än övriga deltagare – han pratar även mindre och framstår som mer obekvämt i bild. Hans uppgift verkar främst vara som kameraman på kanalen, men det kan ändå tänkas reproducera och normalisera det faktum att icke-vita positioneras som mindre framträdande i medier, och ur ett hegemoniskt perspektiv upprätthåller det ett maktsystem som framstår som självklart och naturligt (Hall, 2013b:248).

## Slutsats & diskussion

Studiens syfte har varit att undersöka *vem* som representeras och *hur* i innehåll som publiceras på Youtube och som konsumeras av barn i åldersgruppen 9–12 år, i en svensk kontext. Mer specifikt har uppsatsen eftersträvat att beskriva hur män respektive kvinnor framställs i innehåll, samt hur deras samspel sinsemellan ser ut – i relation till genus och etnicitet.

I denna studie visar resultaten, övergripande i samtliga videor, att representationen domineras av vita personer, där majoriteten av samtliga individer är män. Det är vanligare med upprätthållande av diverse normer än att de bryts, speciellt gällande utseende. Vad gäller könsstereotypiska mönster finns det vissa tendenser till detta speciellt i relation till beteende och ansvarstagande, men vi ser också att när normer eller stereotyper bryts görs detta främst av kvinnorna i innehållet. Det är inte självklart vid första anblick att det finns könsnormer som styr och påverkar figuranterna i innehållet, men vid närmare och jämförande analys mellan de biologiska könen framträder det desto tydligare. Stereotypisering förekommer i viss mån, oftast inte som aktiva företeelser utan snarare som underliggande beteenden. Dessa kan tänkas rota sig i hegemoni och ojämlika maktförhållanden, eller med hänsyn till en förgivettagen hierarki. Övergripande visar även samtliga samspel, ur ett genus- och intersektionellt perspektiv, på att den vita mannen är högst upp i hierarkin. Ett resultat som ur ett samhällsperspektiv inte kan ses som förvånande, men samtidigt ses de nya- och sociala medierna bära på en mönsterbrytande potential som hade kunnat bryta denna hierarki och frigöra mer marginaliserade grupper.

De slutsatser som kan dras och diskuteras i förhållande till uppsatsens syfte och frågeställningar, med bakgrund i analys och resultatgenomgång, är som sagt att fler män än kvinnor figurerar i innehållet. Tidigare studier har visat på liknande resultat (se Kopacz & Lawton, 2011; Guo och Harlows, 2014; Reguiera m.fl., 2020) och lyfter det faktum att plattformen verkar domineras av en manlig representation, därmed stärks dessa resultat. Av de synliga figuranterna i Jocke och Jonnas samt Ijustwanttobecools videor är 8 av 10, respektive 5 av 6 medverkande män. På Therese Lindgrens kanal ser vi henne själv och Anders. En annan representation som kan anses skev är den gällande etnicitet, där 1 av 18 som sagt har ett utomnordiskt ursprung. Jämför man detta med Halls (2013a:3ff) representationsteori och resonemanget om konceptuella kartor, samt potentiellt den

stereotypiserande praktiken (Hall, 2013b:247), kan detta tänkas ge meningsskapande konsekvenser i form av att männens plats i sammanhanget ses som mer självklar än kvinnornas, och vita som mer självklara än icke-vita. Mening konstrueras som sagt på både utsidan och insidan av våra sinnen, och för att förstå saker och ting behöver vi typifiera och sortera in saker i olika boxar, där vi tillskriver egenskaper och delar in människor i grupper baserat på detta (ibid, s.247–248). Ser vi fler män än kvinnor tänker vi att män tillhör *mer* än kvinnorna, och likadant gällande etnisk representation, detta upprätthåller i sin tur hierarkin och genusystemet som Hirdman (1988:51–52) talar om som säger att mannen är *rätt* och kommer först, samt den utvecklande hierarkin de los Reyes och Mulinari (2005) framför. Den sistnämnda som inkluderar flera aspekter gällande kön, klass och ”ras” och dess komplexa samverkan, där de exempelvis pekar på att klass alltid är rasifierad (ibid, s.24), vilket redan positionerar annan etnicitet än den vita lägre. Och vidare, leder en skev representation av etnicitet till att vi får bristande representativitet gällande perspektiv (ibid, s.93), här står vita människors liv och perspektiv i fokus vilket i sin tur potentiellt kan tolkas öka eventuella fördomar och stereotyper av andra etniciteter, eller åtminstone inte motverka. Likt det resonemang som fördes av en intervjurespondent i artikeln om transsexuellas representationer och synlighet, ”It’s easy to hate people when you’ve never seen them” (McInroy & Craig, 2015:610). De tidigare studier som exemplifierats (se McInroy & Craig, 2015; Guo & Harlows, 2014) tolkades som sagt indikera att mindre synlighet av olika grupper kan leda till ökat stereotypiserande.

Som konstateras reproduceras och konstrueras sig samtliga figuranter huvudsakligen efter normativa föreställningar om hur man ska se ut och bete sig som man respektive kvinna. Deras visuella framställning konnoterar en könstillhörighet utefter de sociala könen och liknande mönster återfanns vad gällde könsstereotypiska beteenden, männen var i regel mer högljudda och utåtagerande, medan kvinnorna var mindre högljudda och mer ansvarstagande (SOU, 2014:6, s.67+216). Mest utmärkande, utifrån en normativ föreställning, var Thereses (och Anders) val att inte ha barn, som därmed bryter normen om moderskap och det stereotypiska genuskontraktet (Gillespie, 2000:223; Hirdman, 2010:88ff). Samtidigt är normer ur en samhällskontext komplicerat och komplext att förhålla sig till, likt Hirdman (1988) diskuterar med de tre reproduktionsprocesserna, skolas vi i princip in i åsikter och föreställningar kring vad som är rätt eller fel. Vi människor är samhällsprodukter och indoktrinerade i hur vi ska se ut och tänka, därför är det heller inte ett chockerande eller

nödvändigtvis negativt resultat att så få bryter dessa förgiventagelser. Vidare kan man därmed betrakta följandet av normer som ett icke aktivt val, då det upplevs naturligt, medan Thereses och Anders val är ett eftertänkt sådant, vilket också gör det intressant. Ur ett meningsskapande perspektiv kan detta ”avvikande” ses som något positivt, då det premierar fler valmöjligheter och kan skapa utrymme för reflektion hos barn som kan välja baserat på personliga preferenser eller åtminstone skapa en starkare medvetenhet kring att man kan välja själv, snarare än att göra som någon annat vill. Med det sagt bidrar videorna fortfarande till reproducerandet av utseendemässiga könsnormer, samt att de kärlekspar vi ser är heterosexuella vilket reproducerar den heteronormativa relationen (Ambjörnsson, 2016:94–95).

Ur ett jämställdhets- och jämlikhetsperspektiv kan resultaten sägas belysa både positiva och negativa aspekter. Fler män än kvinnor är fortfarande representerade, fler med nordisk etnicitet är representerade än utomnordisk etnicitet, och i förhållande till *hur* representationen ser ut förekommer stereotyper men den är inte övervägande stereotypisk i förhållande till kön och etnicitet. Det vill säga, ska man beskriva det grovt hade vi kunnat bevittna hemmafruar och macho-män som inte lyfter ett finger i hemmet och som slänger sig med stereotypiska uttryck i innehållet, men det gör vi inte. Dock finns det subtila roller och mönster, och underliggande ser vi tecken på en hegemoni och hierarki som fortfarande premierar den vita mannen och dennes beteende, detta i kombination med en bristande mångfald leder potentiellt till en förförståelse för barn att den vita mannens plats är mer självklar än övriga personer i samhället.

Avslutningsvis, för att knyta an till studiens inledning och för att ytterligare diskutera vad för bild de konsumerande barnen får av samhället, sig själva och människor runt omkring sig kan vi bygga vidare på resonemanget som presenterades enligt Gripsrud (2011:20) med den sekundära socialiseringsprocessen. Nämligen att medierna bidrar till att definiera vår, eller i detta fall, barnens verklighet. Det fanns som sagt en nyfikenhet inledningsvis kring huruvida representationen såg ut i dessa nya medier och om den potentiellt är mer diversifierad här, än i traditionella medier, då fler kan bli medieproducenter och dela innehåll, vilket inkluderar och emanciperar annars marginaliserade grupper. Resultaten och videorna kan sägas förmedla övervägande normativa bilder, med några undantag, kring hur barnen kan leva sina liv och hur de ska se på sig själva, hur de ska se på och bemöta andra, och vilka förväntningar som

ryms inom detta. Innehållet uppvisar mönster som bygger vidare på och reproducerar traditionella mediers övervägande manliga och vita representation, och därmed också förstärker genuskontrakten och den rådande maktordningen. Återigen, resultaten kan sägas belysa både positiva och negativa aspekter ur ett jämställdhets- och jämlikhetsperspektiv, och potentiellt sänder innehållet ut mer jämställda och jämlika budskap än för bara 10 år sedan, men det finns fortfarande en väg kvar att gå för de kommande generationerna som kan öka deras rättigheter och möjligheter.

## Reflektioner kring studien

Sammanfattningsvis, med hänsyn till att det är en kvalitativ studie med få analysenheter kan resultaten inte generaliseras till hela den svenska delen av plattformen eller alla svenska Youtubers som barn i 9–12 år åldern tittar på, däremot ger det en indikation på hur det ser ut i specifika dessa tre kanaler som flest barn i den åldern uppges ta del av. Resultaten kan också tänkas ge en indikation på hur det ser ut på plattformen och det verkar som att Youtube reproducerar liknande mönster gällande representation som traditionella svenska medier gör – nämligen att män dominerar innehållet – vilket även tidigare studier i andra länder redogjort (se Kopacz & Lawton, 2011; Guo och Harlows, 2014; Reguiera m.fl., 2020). Vi ser även att representationen är övervägande könsnormativ, men ett sådant resultat kan inte sägas vara oväntat i förhållande till hur världen ser ut idag.

I jämförelse med tidigare studier som undersökt stereotypisering på Youtube kan resultaten anses vara mindre tydliga. Vi ser tendenser till stereotypisering i specifikt dessa videor men vad gäller alla videor på dessa kanaler eller andra kanaler är oklart. Eftersom endast en person med utomnordiskt ursprung var representerad kan heller inga tydliga slutsatser dras kring hur personer med en annan etnicitet än nordisk framställs och bemöts, det var relativt godtyckligt i detta fall medan andra studier har visat mer framträdande etnisk stereotypisering (se Guo & Harlow, 2014; Kopacz & Lawton, 2011). Däremot, till skillnad från tidigare resultat (se Castillo-Abdul m.fl., 2020) kunde inga tydliga genrer kopplat till kön skildras i dessa specifika videor, möjligtvis att Therese Lindgrens kanal är generellt mer könskodad än övriga med hänsyn till den genomgång som gjordes på kanalerna.

Sammantaget kan den inkluderade teorin i uppsatsen tänkas förstärkas genom att den bekräftades i mångt och mycket av resultaten, medan mer blandade resultat framträder gällande tidigare forskning. Det kan i sin tur bero på bland annat användning av olika



metoder, tidpunkt för studierna, att olika plattformar med olika funktioner undersökts och i olika nationella kontexter.

En avslutande reflektion vill också göras i relation till studiens koppling till etnicitet. Det fanns en större ambition att diskutera etnicitet i studien än vad som gjorts och vad som var möjligt, detta som en konsekvens av figuranterna i innehållet och urvalet – en balansgång fick göras mellan vad som är typiskt för kanalen samt urvalskriterierna. En möjlighet hade varit att desto mer utförligt diskutera klass, då detta dök upp som ett mer centralt ämne med studiens gång, men det ursprungliga forskningsfokuset behölls.

### Förslag på vidare forskning

Som nämdes i metoddiskussionen (se Metodkapitlet) går denna kvalitativa studie på djupet med få fall och ger god kunskap om dessa. Den genererar dock inte mycket kunskap om många fall, men den kan trots det tänkas ge goda kunskaper och fynd att arbeta vidare med.

Ett förslag för vidare forskning hade kunnat vara att arbeta med en kvantitativ metod, likt en kvantitativ innehållsanalys, med fler analysenheter och mer numeriska beräkningar, där man exempelvis kan få bättre förståelse för den etniska representationen på fler svenska Youtubekanaler. Eftersom denna studie endast påträffade en person med utomnordiskt ursprung kan ingen vidare generalisering göras kring hur representationen ser ut på samtliga populära svenska kanaler, något som annars hade varit intressant att undersöka. Alternativt hur Youtubers med utomnordiskt ursprung framställer sig själva i relation till studiens berörda teman, som kön, etnicitet, klass och maktrelationer. Klass hade även generellt kunnat undersökas mer djupgående än vad som gjordes i denna studie, möjligtvis med ett meningsskapande perspektiv för de konsumerande.

Som också föreslogs i metoddiskussionen är ett alternativ att fokusera på en kanal och fler videor därifrån, detta för mer djupgående kunskap om representationen på denna. Även en intervjustudie med barn i 9–12 år åldern hade varit intressant att ta del av, detta för att undersöka hur de själva förhandlar och förstår sig på innehållet, i relation till exempelvis genus och representation. Eller alternativt ur ett identifikationsperspektiv – hur innehållet påverkar barnen i arbetet med att konstruera sin egen identitet.

## Referenser

1177. (2019, 29 maj). *Barnets utveckling 10–12 år*. <https://www.1177.se/barn--gravid/sa-vaxer-och-utvecklas-barn/barnets-utveckling/barnets-utveckling-10-12-ar/>

1177. (2020, 21 december). *Barnets utveckling 8–9 år*. <https://www.1177.se/barn--gravid/sa-vaxer-och-utvecklas-barn/barnets-utveckling/barnets-utveckling-8-9-ar/>

Altheide, David., Schneider, Christopher. (2013). *Qualitative Media Analysis* (2 uppl.). SAGE Publications, Ltd. <https://dx.doi.org/10.4135/9781452270043>

Ambjörnsson, Fanny. (2016). *Vad är queer?* (2 uppl.). Natur & Kultur.

Anderson, Craig A., Berkowitz, Leonard., Donnerstein, Edward., Huesmann, L. Rowell., Johnson, James D., Linz, Daniel., Malamuth, Neil M., Wartella, Ellen. (2003). The influence of Media violence on Youth. *Psychological Science in the Public Interest*, 4(3), 81-110. [https://doi.org/10.1111/j.1529-1006.2003.pspi\\_1433.x](https://doi.org/10.1111/j.1529-1006.2003.pspi_1433.x)

boyd, danah., Marwick, Alice. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>

Burgess, Jean., Green, Joshua. (2009). *Youtube: Digital Media and Society series*. Polity Press.

Castillo-Abdul, Bárbara., Romero-Rodríguez, Luis., Larrea-Ayala, Ana. (2020). Kid influencers in Spain: understanding the themes they address and preteens' engagement with their YouTube channels. *Heliyon*, 6(9), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05056>

Cohen, Lyon. (2022-11-09). We hit 80 million?! <https://blog.youtube/news-and-events/youtube-music-premium-80-million-lyor-cohen/>

de los Reyes, Paulina., Mulinari, Diana. (2005). *Intersektionalitet: kritiska reflektioner över (o)jämlighetens landskap*. Liber.

Ekström, Mats., Johansson, Bengt. (red.). (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (3 uppl.). Studentlitteratur.

Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Towns, Ann., Wängnerud, Lena. (2017). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (5 uppl.). Wolters Kluwer.

Frigyes, Paul. (2021). Mäta mångfald i medierna. I Truedson, Lars., Lundqvist, Jonathan. (red.), *Vitt eller brett – vilka får ta plats i medier och på redaktioner?* (s. 18–41). Institutet för mediestudier.

Gentile, Douglas A., Anderson, Craig A., Yukawa, Shintaro., Iori, Nobuko., Saleem, Muniba., Ming, Lim Kam., Shibuya, Akiko., Liao, Albert K., Khoo, Angeline., Bushman, Brad J., Rowell Huesmann L., Sakamoto, Akira. (2009). The effects of prosocial video games on prosocial behaviors: International evidence from correlational, longitudinal, and experimental studies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(6), 752-763. <https://doi.org/10.1177/0146167209333045>

Gill, Rosalind. (2008). Empowerment/sexism: Figuring female sexual agency in contemporary advertising. *Feminism & psychology*, 18(1), 35–60. <https://doi.org/10.1177/0959353507084950>

Gillespie, Rosemary. (2000). When no means no: Disbelief, disregard and deviance as discourses of voluntary childlessness. *Women's Studies International Forum*, 23(2), 223–234. [https://doi.org/10.1016/S0277-5395\(00\)00076-5](https://doi.org/10.1016/S0277-5395(00)00076-5)

Gough, Brendan. (2007). 'Real men don't diet': An analysis of contemporary newspaper representations of men, food and health. *Social science & medicine*, 64(2), 326–337. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2006.09.011>

Gripsrud, Jostein. (2011). *Mediekultur och mediesamhälle* (3 uppl.). Daidalos.

Guo, Lei., Harlow, Summer. (2014). User-Generated Racism: An Analysis of Stereotypes of African Americans, Latinos, and Asians in YouTube Videos. *Howard Journal of Communications*, 25(3), 281-302. <https://doi.org/10.1080/10646175.2014.925413>

Hall, Stuart. (2013a). The work of representation. I Hall, Stuart., Evans, Jessica., Nixon, Sean. (Red.), *Representation* (2 uppl., s.1–46). SAGE Publications Ltd.

Hall, Stuart. (2013b). The Spectacle of the 'Other'. I Hall, Stuart., Evans, Jessica., Nixon, Sean. (Red.), *Representation* (2 uppl., s.215–269). SAGE Publications Ltd.

Hirdman, Yvonne. (1988). Genussystemet – reflexioner kring kvinnors sociala underordning. *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, 1988(3), 49–63.

<https://ojs.ub.gu.se/index.php/tgv/article/view/1490/1303>

Hirdman, Yvonne. (2010). *Genus – om det stabilas föränderliga former*. (2 uppl.) Liber Malmö.

Internetstiftelsen. (2022). *Svenskarna och Internet 2022*.

<https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2022/10/internetstiftelsen-svenskarna-och-internet-2022.pdf>

Jämställdhetsmyndigheten. (2022). *Intersektionalitet*. Hämtad 2022-11-20 från

<https://jamstalldhetsmyndigheten.se/fakta-om-jamstalldhet/intersektionalitet/>

KhosraviNik, Majid. (2010). The representation of refugees, asylum seekers and immigrants in British newspapers: A critical discourse analysis. *Discourse & society*, 20(4), 477–498. <https://doi.org/10.1177/0957926509104024>

Kopacz, Maria., Lawton, Bessie Lee. (2011). The YouTube Indian: Portrayals of Native Americans on a viral video site. *New media & Society*, 13(2), 330-349.

<https://doi.org/10.1177/1461444810373532>

LO. (2019-09-11). Program för jämlikhet.

[https://www.lo.se/start/lo\\_fakta/program\\_for\\_jamlikhet](https://www.lo.se/start/lo_fakta/program_for_jamlikhet)

Martínez, Carolina., Olsson, Tobias. (2019). Making sense of YouTubers: how Swedish children construct and negotiate the YouTuber Misslisibell as a girl celebrity, *Journal of Children and Media*, 13(1), 36-52,

<https://doi.org/10.1080/17482798.2018.1517656>

McInroy, Lauren B., Craig, Shelley L. (2015) Transgender Representation in Offline and Online Media: LGBTQ Youth Perspectives. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 25(6), 606-617, <https://doi.org/10.1080/10911359.2014.995392>

Medieakademin. (2022-10-04). Maktbarometern 2022: En kartläggning av makt i våra största digitala kanaler. [https://medieakademin.se/wp-content/uploads/2022/10/Maktbarometern\\_2022-presentation-v5-web68.pdf](https://medieakademin.se/wp-content/uploads/2022/10/Maktbarometern_2022-presentation-v5-web68.pdf)

Medieakademin. (u.å.a). Vår metod. <https://medieakademin.se/var-metod/>

Medieakademin. (u.å.b). Maktbarometern. <https://medieakademin.se/maktbarometern/>

Nationalencyklopedin. (u.å.a). Norm. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2022, 7 december från <https://www-ne-se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/norm>

Nationalencyklopedin. (u.å.b). Stereotyp. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2022, 7 december från <https://www-ne-se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/stereotyp>

Osanami Törngren, Sayaka., Färm, Karl-Arvid., Ulver, Sofia. (2021). Vem syns i etern i färgblinda Sverige? I Truedson, Lars., Lundqvist, Jonathan. (red.), *Vitt eller brett – vilka får ta plats i medier och på redaktioner?* (s. 42–78). Institutet för mediestudier.

Reguiera, Uxía., Alonso-Ferreiro, Almudena., Da-Vila, Sergio. (2020). Women on YouTube: Representation and participation through the Web Scraping technique. *Comunicar*, 28(63), 31–40. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-03>

Rättviseförmedlingen. (2018). *Rättvisaren 2018: Vilka får komma till tals i svenska nyhetsmedier?* (Del 2). <https://rattviseformedlingen.se/rattvisaren/>

Senft, Theresa M. (2008). *Camgirls: celebrity and community in the age of social networks*. Peter Lang.

SOU 2010:99. *Flickor, pojkar, individer: om betydelsen av jämställdhet för kunskap och utveckling i skolan.*

<https://www.regeringen.se/49b719/contentassets/128cb1c062054e819f88f872a7bd7710/flickor-pojkar-individer---om-betydelsen-av-jamstalldhet-for-kunskap-och-utveckling-i-skolan-sou-201099>

SOU 2014:6. *Män och jämställdhet.*

<https://www.regeringen.se/contentassets/6e2024c9c99948bfa052224089272c0e/man-och-jamstalldhet-fran-missiv-till-bilaga-8-sou-20146>

Statens Medieråd. (2019). *Ungar & medier 2019.*

<https://www.statensmedierad.se/download/18.1ecdaa0017633a0d6666107/1607510806657/Ungar%20och%20medier%202019%20tillganglighetsanpassad.pdf>

Statens Medieråd. (2021). *Ungar & medier 2021 En statistisk undersökning av ungas medievanor och attityder till medieanvändning.*

[https://www.statensmedierad.se/download/18.57e3b0a17a75fbf0654916e/1632377641632/Ungar%20och%20medier%202021\\_anpassad.pdf](https://www.statensmedierad.se/download/18.57e3b0a17a75fbf0654916e/1632377641632/Ungar%20och%20medier%202021_anpassad.pdf)

Strasburger, Victor C., Jordan, Amy B., Donnerstein, Ed. (2010). Health effects of media on children and adolescents. *Pediatrics*, 125(4), 756-767.

<https://doi.org/10.1542/peds.2009-2563>

Tracy, Sarah J. (2010). Qualitative Quality: Eight “Big-Tent” Criteria for Excellent Qualitative Research. *Qualitative Inquiry*, 16(10), 837–851.

<https://doi.org/10.1177/1077800410383121>

Youtube. (2022-01-05). Användningsvillkor för Tjänsten, under avsnittet ”Vem får använda Tjänsten?” <https://www.youtube.com/t/terms>

Youtube. (u.å.). Hur skyddar Youtube barn på plattformen?

[https://www.youtube.com/intl/ALL\\_se/howyoutubeworks/our-commitments/fostering-child-safety/](https://www.youtube.com/intl/ALL_se/howyoutubeworks/our-commitments/fostering-child-safety/)

Zimmermann, Daniel., Noll, Christian., Gräßer, Lars., Hugger, Kai-Uwe., Braun, Lea Marie., Nowak, Tine., Kaspar, Kai. (2020). Influencers on YouTube: a quantitative

study on young people's use and perception of videos about political and societal topics. *Current Psychology*, 41, 6808–6824. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01164-7>

# Bilagor

## Bilaga 1. Analysprotokoll

(Tema 1) UTRYMME	Therese Lindgren ”Besöker nudiststrand...”	Jocke & Jonna ”Lunabelle fyller år!”	Ijustwanttobecool ”Vem är bäst på att fritera?”
Vad handlar videon/innehållet om?			
Vilka personer är medverkande i innehållet?			
Vem framstår som i centrum i innehållet?			
Vem framstår som i bakgrund i innehållet?			
Hur mycket utrymme får respektive medverkande i innehållet?			
Finns det en uttrycklig korrelation kring innehållets ämne och vem som står i centrum i innehållet?			
Genre			



(Tema 2) FRAMSTÄLLNING AV SIG SJÄLV	Therese Lindgren ”Besöker nudiststrand...”	Jocke & Jonna ”Lunabelle fyller år!”	Ijustwanttobecool ”Vem är bäst på att fritera?”
Visuell beskrivning av personer i centrum			
Kortfattat – Finns det synliga könsnormer eller -stereotyper i innehållet?			
Hur framställer man sig själv sett till sina egenskaper?			
Beskriver man sig själv i relation till kropp och utseende?			
Finns det framställning av en själv som upprätthåller/ motsätter sig normer?			
Finns det framställning av en själv som upprätthåller/ motsätter sig stereotyper?			

(Tema 3) FRAMSTÄLLNING AV ANDRA (I INNEHÅLLET)	Therese Lindgren ”Besöker nudiststrand...”	Jocke & Jonna ”Lunabelle fyller år!”	Ijustwanttobecool ”Vem är bäst på att fritera?”
Visuell beskrivning av personer i bakgrunden			
Kortfattat – Finns det synliga normer, könsroller eller stereotyper av andra i innehållet?			
Hur framställer man andra sett till sina egenskaper?			
Hur framställs andra människor i innehållet sett till kropp och utseende?			
Finns det framställning av andra som upprätthåller/ motsätter sig normer?			
Finns det framställning av andra som upprätthåller/ motsätter sig stereotyper?			

(Tema 4) SAMSPEL & MAKT	Therese Lindgren ”Besöker nudiststrand...”	Jocke & Jonna ”Lunabelle fyller år!”	Ijustwanttobecool ”Vem är bäst på att fritera?”
Vilka relationer kan identifieras i innehållet?			
Framträder det en maktbalans eller -obalans i relationsdynamiken ?			
Använder man rättfärdigande tekniker för agerande eller prat?			
Påvisar man försök i att motverka normer, könsroller och stereotyper i förhållande till varandra?			
Övriga fynd			