



Jag ser mig

*En etnografisk studie
av barns och ungas
förhållande till
programmet Idol*

Katarina Graffman
Johan Fredriksson

Jag ser mig

***En etnografisk studie
av barns och ungas
förhållande till
programmet Idol***

Katarina Graffman
fil.dr antropologi

Johan Fredriksson
fil.mag. antropologi

Stort tack till

Karin Andersson
fil.mag. antropologi

Viktoria Walldin
fil.mag. antropologi

Miriam Rivera
fil.mag. antropologi



Erik, vinnaren av Idol 2009.

Innehåll

Förord	5
Inledning	7
Metod	8
Undersökningens tre delar	8
Etnografisk undersökning	8
Intervjuer och genskjutsintervjuer	10
Netnografi	11
Informanter i studien	12
Kommentar vad gäller barn och ungdomar som informanter	12
Kort historik tv-programmet Idol	13
Unga och mediebetende	15
Vad är egentligen medier idag?	15
”Media är mitt liv”	16
Peer culture	18
Det privata blir allt mer offentligt	20
Resultat etnografisk studie	22
Beskrivning av informanter	22
Lägerelden	30
Grad av engagemang	32
Vad är det som engagerar?	35
Personliga favoriter	36
Juryn	39
Alla kan bli idoler ...	44
Resultat intervjuer	48
Genskjutsintervjuer	48

Kommentar	51
Samtalsintervjuer	51
Delad upplevelse	54
Juryn	55
Höga förväntningar	56
Resultat netnografi	59
Olika former av online-kommunikation	60
Ungdomar.se	63
Fanglobe.com	64
Facebook	64
Språkbruk, beteenden och attityder	65
Känslor och sociala behov	87
Olika nivåer av engagemang	89
Slutdiskussion	92
Förnedring eller normaliserad privat offentlighet?	93
Möjligheternas tidsepok – eller alla kan ”lyckas”	96
Referenser	99

Förord

Medielandskapet och medievanorna förändras och de som anpassar sig snabbast är de unga. Redan i Medierådets studie ”Ungar & Medier 2008” framgick att det var vanligare bland 9–16 åringar att ha en egen dator än en egen tv på sitt rum. Ett klart trendbrott. Samma studie visade också att det var vanligare att ”hålla på med internet, surfa och chatta” på sin fritid (48 %) än att ”titta på tv, video och dvd” (43 %).

Men att titta på tv innebär inte självklart att man tittar på en tv-apparat. Fler och fler unga tittar på tv-program på sin dator. Gränserna flyter ihop.

I en sådan mediemiljö skapas nya multimedia-koncept, och hit hör det internationella konceptet Idol. Idol sänds som tv-program, men lever parallellt på internet i chattar och bloggar och som videoklipp på Youtube. Idol är också ett attraktivt ämne för kvällspressen, vem som vann, vem som var fullt klädd, vem som blev full på efterfesten.

Idol är ett koncept som låtit tala om sig. Inledningsvis för den förnedrande utklassning av de sämsta sångarna som sker av juryn inför kameran, klipp som sedan spridits vidare med frenetisk hastighet på nätet.

Efter många säsonger verkar förnedringsdelen ha tonats ned och programmet blivit en serie av evigt pågående deltävlingar med riktigt duktiga sångare. Tittarsiffrorna för 3–18-åringar är höga, men varierar på ett intressant sätt. Den inledande uttagningsfasen drar betydligt färre tittare (mellan 115 000 och 196 000), medan tittarantalet ökar under den senare tävlingsinriktade fasen (mellan 192 000 och

289 000). Ännu mer intressant är att den sena, korta sändningen där resultaten av omröstningen presenteras drar betydligt mindre publik. Tävligen verkar viktigare än resultatet.

Medierådets uppdrag är att vara experter på barns och ungas medievardag. Hur uppfattar vår målgrupp konceptet Idol? Lider de med dem som blivit utskälda eller gläds de med de segerrika? Hur går tittandet till och vilken roll spelar kvällstidningar och Idol på nätet? Om detta ville vi ha kvalitativ kunskap. Ibland måste man ta sig bakom traditionella mätmetoder för att få svar på hur och varför. Vi har därför anlitat företaget Inculture som arbetar med etnografiska studier och metoder.

Här är resultatet. Det ger en hel del överraskande kunskap, inte minst om den primitiva längtan efter "lägereldar" som även dagens barn och unga verkar ha ...

Kristina Ahlinder
ordförande

Ann Katrin Agebäck
kanslichef

Inledning

Den här rapportens syfte är att fördjupa kunskapen om programformatet Idol och hur programmet konsumeras av den unga målgruppen 8–17 år. Undersökningens metod och analys utgår från ett antropologiskt angreppssätt som undersöker vad barn och unga själva upplever och uttrycker som det primärt intressanta och lockande med programmet och det som omger det. Idol-konsumenten är en konstant aktiv medspelare i en ständigt pågående process av meningsskapande och upplevelser. En upplevelse är aldrig fixerad utan formas för stunden av det sociala och kulturella sammanhanget. Detta innebär att för att förstå hur de unga upplever Idol och vilka meningsbetydelser de själva konstruerar måste man förstå hur och med vem Idol konsumeras – det kan gälla på tv, internet, bloggar, diskussionsforum och även hur de tolkar vad media rapporterar. Den här rapporten söker bland annat förklara hur utröstningsförfarandet och juryns agerande upplevs, vad som gör att man favoriserar en viss deltagare, vad det är som skapar engagemang och hur programmet Idol påverkar den unga konsumenten i ett större perspektiv.

I rapporten kommer vi att stifta bekantskap med sju unga Idol-tittare, två pojkar och fem flickor. Det är genom att spendera tid tillsammans med dem i deras vardag som vi försökt lära och förstå hur de konsumerar och ”använder” Idol i sina liv. Materialet baseras dessutom på ett trettiotal röster från intervjuer från två skolor och en genomgripande netnografi (se nedan).

Metod

Undersökningens tre delar

För att förstå hur Idol konsumeras av barn och ungdomar har vi valt att använda oss av tre olika metoder: etnografiskt fältarbete, intervjuer samt netnografi. Genom att kombinera dessa tre metoder nås en bred och omfattande bild av fenomenet Idol.

Etnografisk undersökning

Vi har följt sju barn/ungdomar i åldern 8–13 år med en etnografisk metod.

Etnografi handlar om att genomföra *deltagande observation* i den vardagsmiljö som barnen och ungdomarna lever i. Etnografi bygger på den personliga erfarenheten med målet inställt på helhetsperspektiv, inte på allmänna, korta och enkla enkätfrågor och svar. Det fungerar inte alltid att ställa frågor i enkätundersökningar. Det största problemet med denna undersökningsmetod är att människor ofta säger en sak men gör en helt annan. En annan felkälla är felaktigt formulerade frågor. För att verkligen få en uppfattning om skillnaden i vad som sägs och vad som görs måste andra metoder användas. Etnografi utforskar mänskligt beteende och dess komplexitet i det vardagliga livet. Etnografi ger möjlighet att höra vad människor säger att de gör och även se vad de verkligen gör.

Den etnografiska undersökningen börjar inte med att försöka finna svar utan snarare med att försöka rama in de grundläggande frågorna eller hypoteserna. Det är en kognitiv process; att se på saker

med en naiv okunskap, beskriva, jämföra, kontrastera, ordna, förena, skapa relationer och länkar, tolka data, integrera resultat med tidigare studier och spekulera om framtiden. Genom att närstudera en grupp människor får man en bred och djup bild som man sedan tolkar och analyserar, snarare än som i naturvetenskaperna söka efter allmängiltiga lagbundenheter. Det är primärdata som samlas in, det vill säga människors egna uppfattningar, meningsbetydelser, värderingar, kommunikation och beteenden. Den man studerar kallas för informant, inte respondent som i flertalet andra kvalitativa metoder. Ordet ger uttryck för en människosyn där den man studerar informerar etnografen om sitt sätt att se på tillvaron, snarare än att svara på ett antal färdigformulerade frågor.

Den som genomför fältarbetet, det vill säga etnografen, fokuserar på sociala fenomenens naturliga skeenden snarare än att ställa frågor. Etnografi handlar inte om att enbart observera, det vill säga att finnas i närheten av någon eller några och på avstånd studera vad som händer utan att själv synas. Etnografen deltar oftast öppet, men ibland i mer osynliga former, hon tittar på vad som händer i det dagliga livet, ställer frågor och försöker förstå sammanhangen. Hon sitter helt enkelt med i tv-soffan tillsammans med familjen eller följer med till skolan eller fritidsaktiviteten.

Studien bygger på drygt 40 timmar deltagande observation per informant/hushåll, framför allt i hemmiljö men även under andra aktiviteter i informanternas liv. Att delta i informanternas vardagliga miljö innebär att en bred kunskapsbild om deltagarna byggs upp samtidigt som det möjliggör nya upptäckter och nya kunskaper. Rörelser, gester, uttryck, talspråk och omedvetna handlingar breddar förståelsen av beteenden och attityder och vävs in i analysen. Genom den etnografiska metoden går det att komma åt dels den normativa utsagan – dvs. vad man bör tycka, vad man bör framhålla, vad man förväntas svara – dels ”vardagskulturen”, dvs. egentligt beteende, det omedvetna, där verkligheten har sin gilla gång. Naturligtvis påverkas beteendet hos informanterna av att en främmande person deltar

i vardagslivet, men genom att tillbringa tid tillsammans med dem som deltar raseras den distans som initialt präglar relationen mellan undersökare och informanter; visst socialt beteende kommer dock aldrig att manifesteras i sällskap med en ”främling”.

När etnografen ger sig ut i fält studerar hon helheter, det vill säga allt i en specifik kultur som påverkar ett visst beteende eller en viss situation. Genom att få grepp om helheten växer också en förståelse fram för vad som formar beteenden och attityder.

De data som samlas in genom den etnografiska metoden måste tolkas och analyseras utifrån ett kulturanalytiskt ramverk, en process som naturligtvis påverkas av vem den som tolkar är och vilka värderingar denna person har. Tolkningarna beror inte bara på etnografens personliga bakgrund och livserfarenhet, värderingar och attityder, utan också på hur hon eller han blivit mottagen av de människor som ska studeras, om människorna fattat tycke för fältarbetaren och öppet berättat och visat sina upplevelser och erfarenheter, om fältarbetaren tyckte bra eller illa om de människor hon studerat och så vidare. Det är omöjligt att skriva en helt igenom objektiv etnografisk analys eftersom etnografen själv påverkas av det sammanhang hon befinner sig i: tidens trend, rådande samhällsvärderingar, den internationella politiska och historiska situationen. Dessutom tolkar mottagaren en etnografisk text utifrån sitt perspektiv.

Intervjuer och genskjutsintervjuer

För att kunna säkerställa och fördjupa förståelsen av resultatet från den etnografiska undersökningen har vi genomfört ett antal samtalsintervjuer med barn/unga i målgruppen samt ett antal kortare intervjuer (genskjutsintervjuer). I de längre intervjuerna har samtalet kretsat kring de teman som visat sig vara intressanta i den etnografiska studien. I de kortare intervjuerna har fyra korta frågor ställts (se sid 12).

Netnografi

Genom att göra en etnografisk studie på internet, netnografi, har vi kunnat studera dem som väljer att aktivt engagera sig på nätet vad gäller programmet Idol. I studien har vi valt att besöka platser där vi vet att de som är engagerade väljer att vara aktiva. Netnografi är en metod speciellt utformad för att förstå konsumenternas beteende i olika relevanta communities och nätkulturer som finns representerade på internet. Baserat på antropologiska tekniker och teorier undersöker netnografi de specifika uttryck och beteenden som formas av datamedierad kommunikation. Genom att göra en netnografi avseende Idol får man en breddad bild av hur programmet upplevs, konsumeras och engagerar. Nätet är en viktig del för att förstå unga människor. Tillförlitligheten när man studerar nätet kan ibland ifrågasättas, vet man egentligen vem som är vem? Samtidigt kan den anonymitet nätet erbjuder ge insikter som man kanske aldrig skulle fått i ett möte ansikte-mot-ansikte (jfr Lalander och Johansson 2002: 202). Netnografi-studien påbörjades under Idol 2008 och har pågått fram till och med januari 2010.

Informanter i studien

Följande informanter har studerats genom etnografiskt fält:

Elin, 13 år, Åmål
Gustav, 12 år, Uppsala
Anton, 12 år, Enskede
Lea, 10 år, Täby
Ebba, 9 år, Bålsta
Effie, 9 år, Solna
Alba, 9 år, Solna

Nio ungdomar 13–15 år med blandad etnisk bakgrund har samtalsintervjuats.

22 ungdomar 13–17 år med blandad etnisk bakgrund har deltagit i de korta intervjuerna, genskjutsintervjuer. Följande frågor ställdes i de korta intervjuerna:

- A. Vad tycker du om Idol?
- B. Varför är det bra, inte bra?
- C. Vad uppmärksammar du/ni mest under programmet?
- D. Vad tycker du/ni om juryn?

Kommentar vad gäller barn och ungdomar som informanter

Genom att studera barn och ungdomar med etnografisk metod går det att delvis komma ifrån de svårigheter som ibland uppstår i studier av unga människor. Då man ställer frågor kan det vara svårt att få något annat än korta svar, vare sig uttömmande eller beskrivande. Ett vanligt svar på frågan: "Kan du berätta varför du tittar på Idol?", är: "Det är väl bra...". När man ställer följdfrågor för att få ett mer beskrivande svar kan man återigen få höra "det är bra". Då vi har tillbringat tid tillsammans med informanterna i deras vardagliga

miljöer har vi haft möjlighet att föra samtal som hela tiden relaterar till vad som sker för stunden, vilket genererat djupare och mer beskrivande förklaringar till beteenden. Vi har även arbetat med bilder och tittat på internet tillsammans med informanter både i den etnografiska studien och i de intervjuer som genomförts. Att vara följsam gentemot de man studerar och våga använda okonventionella metoder är extra betydelsefullt när man studerar barn och unga (jfr Cwejman 1994).

Det är dessutom mycket viktigt att förhålla sig till relationen undersökare/vuxen mot informant/barn och den direkta obalans detta medför. Hur ska man som vuxen tolka och förstå barnets/ungdomens syn på tillvaron eller det studerade fenomenet utan att betrakta vuxenlivet som det normala tillståndet och barndomen som det avvikande? Genom att vara observant på situationen och försöka förhålla sig till denna i tolkning och analys, dvs. se varje kulturellt uttryck som meningsskapande och betydelsefullt i sitt specifika sammanhang, är det möjligt att förhålla sig till denna obalans (jfr Johansson 2000, Ehn & Löfgren 1996).

Kort historik tv-programmet Idol

"Idol" är ett av TV4:s största och i särklass mest lyckade projekt, så vi vore dumma om vi inte fortsatte med det även nästa år."

ÅSA SJÖBERG, PROGRAMDIREKTÖR TV4 (ALMER 2009)

Tv-programmet Idol började sändas på TV4 2004. Programmet är ett reality-format skapat av tv-producenten och musikmanagern Simon Fuller med originaltitel Idols. Idols sändes första gången 2001 på ITV i Storbritannien. Grundidén med programmet är att hitta "idoler", dvs. oupptäckta talanger som får ett skivkontrakt om de vinner tävlingen. Men enligt Fuller var det idén att det kanske inte var de med de bästa rösterna, de bästa artisterna, som var roligast att

titta på. Det var snarare de personer som inte hade någon speciell sångröst eller talang, men dock idolambitioner, som hade det största underhållningsvärdet. Formatet Idol finns idag i ett 40-tal länder och har inneburit många listettor och nya idoler (Tengner 2008).

Programmet blev även en stor framgång i Sverige och har sedan 2004 sänts varje höst i TV4. Jurymedlemmarna bestod de första tre åren av Claes af Geijerstam, Peter Swartling, Daniel Breitholtz och Kishti Tomita. De senaste två åren har juryn bestått av Anders Bagge, Laila Bagge och Andreas Carlsson. Vem som varit programledare har varierat men de senaste tre åren har Peter Jidhe axlat den rollen.

Framgången för programmet har inneburit att intäkterna till TV4 ökat med åren. Idol 2009 beräknas innebära intäkter på 200 miljoner till tv-kanalen. Det är framför allt omkring-produkter och event som drar in pengar. Håkan Rossberg som är konceptchef på TV4 säger i tidningen Dagens Media:

"Idol"-succén beror i grunden på att det är ett riktigt bra program om drömmen om framgång på bästa sändningstid. Dessutom har vi lyckats utveckla formatet till något av ett ultimatum koncept för både tittare och annonsörer."

(ALMER 2009)

Om inte annat har den kostsamma processen att upptäcka nya artister förädlats till ett framgångsrikt tv-koncept där arrangörerna tjänar pengar och där publikens reaktioner av gillande eller inte kan avläsas i ett tidigt skede (*wisdom of the crowd*) (jfr Christian 2008). Programmet har under hösten 2009 haft i snitt 1,4 miljoner tv-tittare per program.

Unga och mediebeteende

För att bättre förstå hur tv-programmet Idol konsumeras av de unga bör man förstå hur medielandskapet de vistas i fungerar. Nedan beskrivs helt kort hur medieteknik påverkar den yngre generationen. Denna beskrivning baseras främst på de studier av unga och mediebeteenden som Inculture¹ genomfört under åren 2005–2009.

Vad är egentligen medier idag?

Många talar fortfarande om ”nya medier”, speciellt de som arbetar och verkar inom de traditionella medierna, som tidningar, radio och tv. Men för de generationer som använder de så kallade nya medierna är de ju inte alls nya. Att fortfarande tala om ”nya medier” gör att man riskerar att inte se och förstå hur integrerat detta ”nya” är i unga människors liv (jfr Grusin 2009). För de unga användarna är dagens medier totalt integrerade med det vardagliga livet, det som ständigt pågår. Det är inte längre det ”nya” i medieteknologierna som bör problematiseras för att förstå användning och effekter; det handlar om att se medier som ett kulturellt uttryck som medierar sociala relationer. Först då kan man också förstå hur medier fungerar och hur de påverkar det vardagliga livet.

Det finns några grundläggande skillnader mellan ”gamla” och ”nya” medier. Gamla medier är mer objektiva, de är fortfarande synonyma med makt från en elit som det inte är självklart att man kan lita på och upplevs ofta vara för långrandiga. Nya medier är frihet (internet) och privat (mobiltelefoni), där är man medproducent och vill

¹ Katarina Graffman är filosofie doktor i antropologi. Sedan 2007 driver hon Inculture. Inculture arbetar med att hjälpa företag och organisationer med konsumentnära strategier vad gäller affärs- och varumärkesutveckling med hjälp av etnografiska studier och antropologisk analys.



inte bli störd. Gamla medier handlar om tillfälligheter, då och då. Nya medier är ständigt pågående, för kommunikation, information, praktiska bestyr och underhållning. Den stora skillnaden med nya medier, om man nu överhuvudtaget ska använda det uttrycket längre, är att dessa upplevs som mer fria, här finns sällan det påtvingade. Det är inte påtvingad reklam som i till exempel tv eller radio, det är inte givna ramar som till exempel i papperstidningar. Nätet är fritt, här kan man obegränsat söka det man vill, man kan välja bort och laborera. Mobilen är ännu tydligare personlig, fri kommunikation, jag bestämmer själv över hur den ska användas och när. Reklamen existerar visserligen även på internet och i mobilen, men är mer perifer.

”Media är mitt liv”

Genom den moderna medietekniken på flera olika plattformar kan man ha ständig ”koll på världen”, där ”världen” oftast är den individfokuserade världen, ”min värld”. Tekniken har gjort det möjligt att

ständigt vara uppdaterad om vad som händer i familjen, bland vänner samt vad som händer i de intressegrupper man deltar i, virtuellt eller IRL (In Real Life). Mobila medier ger känslan av att "vara med", att vara tillgänglig och att man inte missar något. Det är just tillgången till information och kommunikation som är det väsentliga och en betydligt viktigare aspekt än prylarna i sig. Bland dagens unga är det viktigare att kunna vara uppdaterad om den senaste informationen än att ha de senaste prylarna, även om prylarna i sig så klart också är viktiga.

Att "ha koll" är slagordet bland ungdomar i denna tid och att "ha koll" kopplas ihop med informativ, direkt och relaterbar information i varje tänkbart sammanhang. Det betyder att man försöker hålla sig konstant uppdaterad om både nödvändig och onödig information. Formatet för denna spridning kan se ut nästan hur som helst, vilket bidragit till att en uppskattad skildring av ett stycke ur verkligheten inte behöver ha en början, en mitt och ett slut. Bloggarnas och nätforumens formalia av en pågående konversation som behandlar ett ämne tills den ebbar ut av sig själv utmanar berättelsens traditionella format då kommentarer och diskussioner kan pågå i oändlighet.

För den yngre generationen är medproduktion en självklarhet i förhållningssättet till mediekonsumtion. Produktion är inte att producera filmer och lägga på Youtube eller vara delaktig i reklamtävlingar på nätet. Produktion är allt som handlar om att kommunicera och dela information. Det kan handla om att skriva kommentarer på bloggar eller sociala communities, eller att skicka ett sms till sin kompis och berätta vem som röstades ut ur programmet Idol. Medier är alltså en ständigt pågående konsumtion och produktion.

Mobiltelefonen är ett av de viktigaste attributen i de ungas liv. Utan mobil finns ingen möjlighet att vara så kommunikativ och ständigt uppdaterad om vad som händer i det sociala nätverket. För de flesta är mobilen ständigt påslagen. Man sms:ar och pratar i telefon på skollektioner, när man är på bio, när man äter, ser på tv, spelar tv-spel eller håller på med datorn. De mobila mediernas flexibilitet

är central för att ge tillgång till konstant information och kommunikation. Ser man något som man vill dela med någon, kan man mejla, chatta eller sms:a detta inom loppet av några sekunder. Medieteknologin fungerar som en navelsträng vännert emellan, här flödar ständig information som är "livsviktig" för att kunna vara uppdaterad och "ha koll". Den ofta dubbla konsumtionen, till exempel tv och mobil/internet samtidigt, innebär att de unga kan konsumera media upp till tio timmar per dygn om man räknar faktisk konsumtionstid (jfr Melanson 2010).

Medierna har blivit ett sätt att leva i det moderna samhället. Medierna är sociala. Medierna är lika mänskliga för många unga som att mötas ansikte-mot-ansikte. Medier är ett sätt att orientera sig i sitt liv, att "ha koll", och en självklar del i identitetsprocessen genom spegling, självuttryck och relationer. Själva attraktionen i alla sorters relationer på nätet kan vara just det att man inte möts ansikte-mot-ansikte, man vet egentligen inte vem man för ett "samtal" med (jfr Lalander och Johansson 2002).

Peer culture

Internet öppnar oändliga möjligheter att kontakta och kommunicera med likasinnade. Det finns två tydliga drivkrafter bakom användande av internet: intressedrivna och vänskapsdrivna (sociala relationer). Beroende på vilken grupp man tillhör – det ena utesluter självfallet inte det andra, men i hög utsträckning kan de flesta unga definieras tillhöra någondera av grupperna – har man utvecklat nya sätt att lära och att samla information. Antingen söker man främst information genom de sociala grupper som man umgås med på nätet (även IRL) eller så söker man sig till olika intresse-communities för att diskutera sina åsikter med andra likasinnade.

Tjejer umgås ofta i täta virtuella nätverk (samma grupp ses ofta också IRL) där personliga bloggar, Facebook och andra communities hjälper till att informera om hur man ska förhålla sig till saker och

ting. Nätverken kan vara stora eller små men de har samma funktion, de fungerar som ett sorts filter mot oönskad information, eller fel sorts information, till exempel olika former av reklambudskap. Informationen omarbetas, omtolkas och sorteras så den passar in i nätverket. Killar använder sig också av communities men inte riktigt på samma privata sätt, de delar musik och filmer, snackar sport och nyheter. Däremot använder många av killarna nätet som guide om de ska köpa något – allt från kläder till teknikprylar. Då söker man ofta rekommendationer och recensioner från likasinnade. Att vara delaktig på olika forum ger till exempel bra information. Genom att se vilka som annonserar på sajten får den som tillhör denna intresse-gemenskap eller sociala community information om vilka varumärken som är ok.

De sociala nätverken är många, bloggar och communities besöks kontinuerligt från morgon till kväll. Internetaktiviteten varierar förstås och medan en del tar bloggar och bloggare på stort allvar, det vill säga läser/skriver i dem varje dag, föredrar andra diskussionsforum där de kan vara passiva läsare. Bloggar och diskussionsforum är dessutom en huvudkälla till informationssökande och det centrala i sökningen är att ta reda på vad andra säger och tycker om något. Det anses mer intressant att läsa en löpande diskussion om olika människors uppfattning eller upplevelser av en erfarenhet än att gå till en offentlig källa som utger sig för att vara specialist på området. Det är just denna nyfikenhet på vad andra gör, tycker och säger men även behovet av att berätta, tycka och tänka som lockar. Att finna likasinnade på nätet som man kan fråga och/eller lyssna till skapar helt andra ledstjärnor, och det är framför allt jämlika ”experter” (*expert peers*) som blir de nya auktoriteterna (jfr. Ito, Horst m.fl. 2009).

Det är tydligt att de sociala nätverken, både i verkliga livet och på nätet, fungerar som rekommendationer för hur man ska vara, vad man ska konsumera och vilka medier man ska hålla sig informerad om. I och med att nätverken är olika för olika personer synkroniseras

en stor mängd människor i de ”privata” nätverken och viss information får en enorm spridning.

Programmet Idol, till exempel, är ett medel för att bekräfta sin existens och grupptillhörighet. Idol blir på så sätt en källa, eller en ursäkt, för att kommunicera med andra och uttrycka åsikter. Är det inte Idol så är det något annat ämne som fyller samma funktion. Utan vänner med samma tankebanor har man ingen identitet. Dagens unga använder mediebilder och upplevelser för att avläsa den sociala verkligheten och gränserna mellan verklighet och fiktion suddas alltmer ut.

Det privata blir allt mer offentligt

De nya medieteknikerna skapar en ny sorts privatliv, eller kanske snarare en ny sorts offentlighet. Internet och mobiltelefoni möjliggör ett offentliggörande av det som tidigare varit ytterst privat. Historikern Wolfgang Schivelbush visar i en studie av järnvägsresandets historia hur tågresandet innebar att passagerare tvingades dela trånga utrymmen med främlingar under långa timmar. Här kom dagstidningen att fungera som ett utmärkt medel för att skapa ”semiprivata” rum i offentligheten. Detsamma gäller mobiltelefonen i dagens samhälle. Men det är semiprivat med en dubbel betydelse. Antingen vill man avskärma sig och skapa personliga frizoner, ofta med hjälp av musik, radio eller spel i sin mobiltelefon, eller så delar man med sig av sitt privata på ett helt öppet sätt. Men från att tjuvläsa över någons axel i en tidning till att lyssna till det mest privata samtal är det en stor skillnad. Det är inte bara sättet att använda mobiltelefonen som skapar en ny typ av privatliv. Internet har i allra högsta grad påverkat hur olika vi idag tolkar vad som är privat och vad som är offentligt. Dagböcker, bloggar, kommentarfunktioner på de flesta mötesplatser på nätet har öppnat upp för en helt ny öppenhet. Man skulle kunna säga att det *privata* privata i livet inte längre är lika privat.

Det finns en tydlig genusaspekt i det offentliga privata. Dagbo-

ken till exempel, som främst författas av kvinnor, var tidigare ytterst privat, ofta symboliskt låst med ett litet gyllene lås och en väl gömd nyckel, skrivs idag direkt ut i etern. De unga kvinnorna menar att ”Det är privat. Visst, mina vänner kan ju läsa, men det är ju bara skönt, då slipper jag uppdatera dem om mitt liv”. Att alla kan läsa det som skrivs på internet verkar inte vara något man reflekterat kring, antagligen på grund av att man endast relaterar till sitt eget medie-beteende. De kvinnor som skriver om sina liv ytterst privat följer i huvudsak ett par nära vänners dagböcker själva och tar för givet att detsamma nog gäller deras egna texter, dvs. att läsekretsen är ytterst begränsad. Oavsett vilken läsekrets man har ökar kravet på individualitet och originalitet, för vem orkar bry sig om mainstream i informationsöverflödet?

Vad innebär då detta? Det offentliga samtalet har vidgats och inbegriper nu det som tidigare betraktats som privat, samtidigt mottas också det som tidigare tagits emot i offentliga sammanhang nu privat. Alltså, en individ kan i mer privata situationer ta del av andras åsikter och liv som tidigare bara kunde fås i mer offentliga sammanhang, således en demokratisering av det offentliga samtalet. En effekt på mer lång sikt är troligen att det privata blir allmängods, emotioner blir svårare att ladda, naken hud och posering neutraliserar sexualitet och sensualism och det intima blir allt mer komplicerat att nå. Å andra sidan kommer det *privata* privata utvecklas vid sidan om det *offentliga* privata, det vill säga slutna nätverk med enbart speciellt inbjudna likar (jfr. Alexander Bards mejllista *Elit*). Vad som händer online i Idol-sammanhang är att det privata i form av personliga intryck och emotioner intar en betydelsefull roll i den pågående offentliga diskursen på diskussionsforum och andra interaktiva plattformar.

Resultat etnografisk studie

Beskrivning av informanter

ELIN 13 ÅR, ÅMÅL

Bor: Varannan vecka hos mamma i lägenhet, varannan hos pappa i villa. Hon har ett helsyskon, storebror 18 år, samt en halvbror sex år.

Etnicitet: Svensk.

Föräldrarnas sysselsättning: Pappa (45) är civilekonom och mamma (43) är egenföretagare.

Intressen: Dansa, sjunga, chatta/umgås med kompisar IRL (In Real Life) och på internet.

Kort beskrivning: Elin är en mycket social och positiv tjej som går i sjuan. Hon har lätt för att få kontakt med människor och är enligt sin lärare "klassens sociala stjärna". På fritiden spelar hon handboll två gånger i veckan. Hennes stora intresse är att umgås med kompisar och vara ute på nätet och umgås med kompisar där. Hon är aktiv användare och sitter framför datorn flera timmar varje dag med bloggar, Bilddagboken, Facebook, MSN.

Elin har varit halvintresserad av programmet Idol under hösten. Hon har tittat när det inte varit annat att göra. I början tittade hon mer kontinuerligt, varje dag, på uttagningen för den är "roligast". Då tittade hon alltid själv. Men när finalisterna blivit klara har hon tittat om mamma eller pappa vill titta tillsammans, "det har liksom blivit som en mysig fredagsunderhållning". De tittar bara på första delen av programmet, inte resultatet av utröstningen. Information om vem

som röstats ut får Elin av sina kompisar via MSN eller sms. Egentligen tycker Elin bäst om Robinson, Simpsons och Parlamentet men eftersom Idol är det program som gäller på fredagarna så tittar hon på det.

ANTON 12 ÅR, ENSKEDE

Bor: Med sin mamma och pappa och storebror, 16 år, i villa.

Etnicitet: Svensk (pappa Sverige, mamma Chile).

Föräldrarnas sysselsättning: Pappa (40) är lärare och mamma (41) är lärare.

Intressen: Spel på dator, fantasy och rollspel.

Kort beskrivning: Anton har ganska stor datorvana och har spelat spel på datorn i åtminstone fyra år. Nuförtiden spelar han mest World of Warcraft, men har även ett växande intresse för fantasy och rollspel. Han och några vänner har börjat spela Drakar och Demoner och han har ett stort fritidsintresse i att måla Warhammer-figurer som han köper på en science fiction-bokhandel i Gamla Stan. Han ritar mycket serier själv och har också börjat skriva på en fantasy-roman.

För Anton är programmet Idol något som man tittar på med familjen, men det kan egentligen kvitta vad det är för något eftersom det är umgänget som är det viktiga och det som är runtomkring, det vill säga snacks och dryck. De program som han tycker bättre om är främst tecknade serier som Simpsons och Family Guy, även om han också tittar på vissa andra serier. Antons intressesfär ligger helt enkelt väldigt långt från det som Idol representerar, ändå har han sett ganska många avsnitt under denna säsong.

GUSTAV 12 ÅR, UPPSALA

Bor: Tillsammans med mamma, pappa och lillebror, 6 år, i villa.

Etnicitet: Svensk (pappa Sverige, mamma Danmark).

Föräldrarnas sysselsättning: Pappa (42) civilingenjör och mamma (38) är forskare vid Uppsala universitet.

Intressen: Innebandy och fotboll, datorspel, chatta på internet och leta roliga filmer på Youtube.

Kort beskrivning: Gustav är en sportintresserad kille som tränar tre gånger i veckan, plus en och annan match på helgerna. Han har många kompisar genom idrotten. Dessa träffar han dock bara när det är träning och match. Annars umgås han mest med två killar i sin klass. De spelar olika datorspel tillsammans. Gustav tycker det är roligast att spela med kompisar och inte sitta själv.

Gustav är lite intresserad av programmet Idol. Han tittar på det eftersom hans lillebror gärna vill se programmet på fredagskvällarna. Han visar inget större engagemang när han sitter med framför tv:n, utan kommer med lite allmänt spridda kommentarer. Ofta sitter han med sin dator framför sig och är mer engagerad i att chatta med kompisar samtidigt som tv-programmet är på. Gustavs lillebror är klart mer intresserad och engagerad. Familjen sitter samlad till programmet och mamma och lillebror är de som ivrigast kommenterar. De tittar bara på första delen av programmet. Gustav är ointresserad av vem som röstas ut så han kollar inte dagen efter vem som åkt ut. Gustav tyckte det var roligast att titta på uttagningsprogrammen.

LEA 10 ÅR, TÄBY

Bor: Tillsammans med mamma, pappa och lillebror 7 år, i radhus.

Etnicitet: Svensk.

Föräldrarnas sysselsättning: Pappa (33) arbetar som IT-tekniker och mamma (33) är lärare.

Intressen: Dansa, sjunga, läsa och skriva, måla och rita.

Kort beskrivning: Lea tycker väldigt mycket om att läsa böcker, hon är enligt sin lärare duktig i skolan, hon gillar att skriva berättelser, rita och måla, dansa och sjunga. En till två dagar i veckan går hon på danskurs, hon är med i skolkören, och hon är även med i en scoutkår

som är knuten till ett av de kristna scoutförbunden i Sverige. Inte för att varken hon eller någon i familjen är religiös, utan snarare för att Lea har kompisar som är med i samma scoutkår och finner bra gemenskap där.

Lea är den i hushållet som är mest engagerad i tv-serien Idol. Det betyder dock inte att hon ständigt pratar om programmet eller om personerna som medverkar i det. Inte alls faktiskt. Hennes intresse sträcker sig till att varje fredag sitta i soffan framför tv:n klockan 20.00 och se hela sändningen fram till 22-nyheterna. Den andra delen av fredagskvällarnas Idol ser inte Lea eftersom hennes föräldrar anser att klockan är för mycket för att sitta uppe. Hon blir skickad i säng av föräldrarna så snart 20.00-sändningen är slut. Hon såg inte heller de Idol-sändningar som sändes utöver veckofinalerna på fredagarna på grund av att hon inte visste om att de fanns. ”Idol går på fredagar”, säger hennes föräldrar och Lea ifrågasätter inte det påståendet. Men att titta på fredagskvällens Idol klockan 20.00 är ett aktivt val och är principiellt sett inte förhandlingsbart. Det är det enda programmet på fredagskvällen som Lea inte vill missa en minut av. Leas lillebror är inte alls intresserad av Idol. Han väljer helt bort programmet och väljer hellre att titta på film i sitt eget rum.

EBBA 9 ÅR, BÅLSTA

Bor: Bor växelvis hos sin mamma i en liten stuga och hos pappa i lägenhet. Hon har en lillebror, 6 år.

Etnicitet: Svensk.

Föräldrarnas sysselsättning: Pappa (32) är musiker och mamma (32) är konferensplanerare.

Intressen: Dansa, sjunga, karaoke.

Kort beskrivning: Ebba dansar i en dansgrupp några gånger i veckan och står i kö för att lära sig spela fiol. Hon är en glad tjej med stor integritet och humor. Hon har ett stort musik- och dansintresse, som också uppmuntras av föräldrarna. Hon är ganska mån om sitt utse-



Väntan på audition.



ende och tycker att kläder är viktigt. Hennes intressen är att umgås med sina vänner och att dansa. Hon skriver även låtar ihop med en kompis. En av dessa låtar ska musikläraren i skolan arrangera och tanken är att de ska spela in den.

Med tanke på Ebbas eget intresse för dans och musik är Idol ett givet val på fredagskvällen. Mamma och lillebror sitter också framför Idol på fredagarna, det är en familjestund. Ofta orkar familjen inte sitta uppe och vänta på andra delen av Idol, utan somnar i soffan eller går och lägger sig.

EFFIE 9 ÅR, SOLNA

Bor: Tillsammans med mamma och pappa och lillasyster 7 år, lägenhet i Huvudsta i Solna.

Etnicitet: Svensk (morfar Ghana, mormor Sverige, farfar Jamaica, farmor Sverige).

Föräldrarnas sysselsättning: Pappa (36) är lärare och mamma (38) är flygledare.

Intressen: Kompisar, sport.

Kort beskrivning: Effie är en tuff och sprallig tjej som är smart och framåt. Hon gillar att röra på sig och är bra på sporter. Hon har en stor bekantskapskrets och verkar vara en populär tjej, både bland tjej- och killkompisar. Hon är inte speciellt intresserad av musik som hobby. Hon berättar själv skrattande att hon varken kan sjunga eller dansa men hon lyssnar gärna och trallar med så gott hon kan. Coola tjejer som Katy Perry och Kat DeLuna är idolerna och det är just denna dragning till populära artisttjejer som gör att den stora idolen i årets Idol är Tove. Effie älskar Tove och pratar om henne hela tiden.

Effie har följt Idol flitigt under hösten och tittar främst tillsammans med sin lillasyster. Det är programmen med uttagningarna som är roligast att se, men även de senare när finalisterna utsetts, när ”de står på scen” är intressanta. Mamman tittar också ibland men passar då på att göra andra saker under programmets gång. Effie får inte se

den senare delen av programmet, utröstningen, eftersom den är för sent. Hon brukar se vem som åkte ut dagen efter i tidningen (DN), på nätet eller fråga någon kompis.

ALBA 9 ÅR, SOLNA

Bor: Bor växelvis hos mamma och pappa som är separerade, lillasyster 7 år och lillebror 4 år, i Solna centrum.

Etnicitet: Svensk (pappa Chile, mamma Sverige).

Föräldrarnas sysselsättning: Pappa (36) är lärare och mamma (39) studerar psykologi.

Intressen: Måla, sjunga och dansa.

Kort beskrivning: Alba är en mycket kreativ person. Hon gillar att måla, sjunga och dansa. Hon har dansat balett regelbundet men går nu på bild en dag i veckan. Hon vill gärna bli sångerska när hon blir stor och hon gillar framförallt R&B, pop och soulmusik. ”Jag önskar att jag kunde skriva låtar själv men jag har inte kommit dit än”, säger hon när vi pratar musik.

Det är främst tjejbänd och kvinnliga sångerskor som tilltalar henne. ”Jag vet inte varför det är så men det har blivit så bara”, säger hon. ”Jag har inga killidoler förutom Michael Jackson och Jackson 5.” Med detta intresse i bakgrunden är programmet Idol en självklar favorit.

Alba har med intresse följt Idol under hösten och varit mycket engagerad så länge hennes favorit Reza var med. När Reza sedan röstades ut svalnade Albas intresse betydligt. Alba får bara titta på den första delen av sändningen eftersom hennes mamma tycker att den andra delen, utröstningen, sänds för sent. Dagen efter brukar Alba kolla med kompisar eller på nätet vem som röstades ut.

Lägerelden

I den etnografiska studien framkommer väldigt tydligt att Idol fungerar som en "lägereld" kring vilken familjen samlas under fredagskvällen – det blir en start på helgen – oavsett om det är barnen eller föräldrarna som är mest intresserade av själva programmet. För några i studien är det själva upplevelsen av att sitta tillsammans med familjemedlemmarna och ha "fredagsmys" snarare än tv-programmet i sig som är viktigt.

Hemma hos Gustav är det mamma och lillebror som är mest intresserade av Idol. Men när programmet väl är på kommer Gustav och ofta också pappa. Alla slår de sig ned i soffan och fåtöljen och tittar tillsammans. Gustav och pappa har ofta sina bärbara datorer i knät. Samtidigt som de sitter och knappar på sina datorer umgås de med resten av familjen, i alla fall ur ett rumsligt perspektiv.

Gustav vill egentligen inte titta. Han säger att inga av hans kompisar tittar på Idol, "det suger" säger han. Men till slut sätter han sig och tittar tillsammans med sin lillebror och sin mamma. Pappa sluter upp lite senare, han har sin dator med sig. Lillebror är mer engagerad än Gustav. Lillebror dansar och kommenterar mer flitigt utseende och om idolerna sjunger bra eller inte. Gustav sitter mest tyst om han inte har något att klaga på, till exempel frisyren och kläder. Denna gång är temat Las Vegas och det är väl inte Gustavs favorittema. Förra veckan då det var rock var det bättre, säger han. "Det var coolt när han (Anders Bagge) tryckte på explosionen", säger han och ler.

Jag försöker fråga varför Idol inte är populärt bland hans kompisar. Han säger bara att det är dåligt, det är inga bra idoler med, och det har blivit sämre sen de gjorde om.

"Hur menar du då?", undrar jag.

"Det har blivit sämre bara", svarar Gustav.

Hemma hos Ebba förbereds "fredagsmyset" innan programmet bör-

jar, ofta med snacks och läsk. Det är fredagens höjdpunkt. Mamma, Ebba och lillebror sitter på mattan med varsin skål snacks. Programmet börjar och en bit in i programmet vill Ebba ha mer snacks.

Ebba frågar sin mamma om hon och lillebror får ta glass. Snacks, läsk och glass har ofta en mycket större roll än det som pågår i tv:n under kvällens lopp. Tv-programmet i sig spelar inte så stor roll, fredagskvällen som en händelse är det som lockar.

Ibland är det föräldrarna som väljer att sitta med barnen för att få en stund av gemenskap.

Leas mamma och pappa är mer passiva tittare än vad Lea är och gör gärna andra saker under programmets gång – fixar i köket, läser en tidning, tömmer tvättmaskinen, surfar på internet eller dylikt. De gånger någon av Leas föräldrar faktiskt sitter framför tv:n och tittar på programmet så är det inte direkt för programmets skull, utan snarare för att det är någonting socialt att göra tillsammans för ren trevnads skull. Lea själv kliver endast upp ur soffan för att göra någonting annat i reklampauserna, men det är inte alltid hon går sin väg.

Barnens val av tv-program dominerar under fredagen. Noteras bör att barnen inte har lika stor möjlighet att bestämma lördagens program. Detta kan i och för sig bero på att de stora underhållningsprogrammen på lördagar under hösten varit *Dansbandskampen* på SVT och *Robinson Karibien* på TV4 – program som inte lika tydligt är barn-/ungdomsprogram. Intressant att notera är att när *På spåret* startade på SVT i november månad uppstod fler diskussioner om vilket program man skulle titta på när det fanns ett mer tilltalande alternativ för flera av föräldrarna. Oftast gick barnen vinnande ur de diskussionerna med argumentet att *Idol* närmade sig slutstrid och final. Samtidigt visade det sig att ju längre in i serien vi kom mot slutet av hösten, desto tråkigare verkar både barn och vuxna tycka att

det var. Detta beror på att programtiden är lika lång oavsett om det är tio finalister eller två – något som de flesta upplever som segt och utdraget.

Grad av engagemang

De sju informanter som ingått i den etnografiska studien uppvisar olika grad av engagemang i programmet. Men att vara engagerad i programmet betyder inte att man engagerar sig mer än i själva tv-programmet på fredagskvällen. Lea, till exempel, är väldigt engagerad i programmet och sitter som uppslukad i tv-soffan på fredagarna. Men hon pratar knappt om Idol, vare sig under tv-sändningen eller övrig tid. Hon läser inga artiklar om programmet eller söker information på nätets olika Idol-communities. Hennes engagemang gäller enbart programmet när det sänds på tv.

Leas uppmärksamhet stiger varje gång idolen Tove uppträder. Lea sätter sig upp i soffan med rak rygg och hennes ögon spärras upp. Hennes ansiktsuttryck utstrålar häpnad och salighet och hon sitter helt stilla. Detsamma går inte att säga när till exempel Rabih eller Eddie uppträder: vid dessa tillfällen ser jag på henne att hon inte vet vad hon ska ta sig till i soffan – emellanåt när någon av killarna på tv-skärmen sjunger med hög röst, dyker Lea med ett flin på läpparna ned bland kuddarna med huvudet först och suckar och stönar besvärat. Hon gör detta vid flera tillfällen, dels de olika kvällarna jag är hos familjen och ibland flera gånger per kväll. Emellanåt greppar hon tag i en kudde och slår den mot soffan samtidigt som hon utbrister någonting i stil med "dåligt!" eller "usch!" eller "blä!". Jag frågar henne efter varje uppträdande vad hon tycker om den idol som just uppträtt och får ungefär samma svar varje vecka: "Sådär" eller "Bra" eller "Dåligt" tillsammans med det begagnade uttrycket "... jag vet inte" som då och då följer när jag frågar varför hon tycker så.

Ebba har vid ett observationstillfälle besök av sin kompis. Under reklampausen går de båda in i Ebbas rum och sjunger, sedan går de ut i hallen och mimar framför spegeln med varsin mikrofon från karao-kemaskinen.

Reklampausen tar slut och mamma ropar till tjejerna att nu fortsätter det. Tjejerna stannar upp och säger "jaha", men fortsätter att öva framför spegeln. Mamma insisterar och säger: "Nu är det Mariette, kom och sätt er i soffan!" "Måste vi?" "Jo", säger Mamma, "vi kollar på Idol ihop."

Gustav som bara är måttligt intresserad av programmet kan ibland söka upp filmsnuttar på Youtube från uttagningen, då spelar det ingen roll från vilket år dessa uttagningar är. Det är snarare för att få sig ett skratt som han väljer att titta på dessa.

Vid ett tillfälle när jag kommer för att vara med Gustav sitter han på sitt rum tillsammans med en kompis. De sitter i Gustavs säng och tv:n står på med en tecknad film, Ice Age 3. Gustav har sin bärbara dator i knät och kompiserna sitter tätt bredvid honom, han mer eller mindre hänger på Gustavs axel för att kunna se datorskärmen bra. Båda killarna är lite röda om kinderna och fnissar obehärskat. De tittar om och om igen på ett inslag från en uttagning från 2006, där en tjej som inte sjunger speciellt bra gör bort sig och får hårda kommentarer från juryn (då Swartling, Breitholtz och Tomita).

Alba och Effie är mycket engagerade i själva programmet men måste gå och lägga sig efter programmets första del. Detta innebär att de dagen efter måste gå ut på nätet och se vem som röstades ut. Efter som de söker informationen i efterhand på olika sajter som till exempel TV4.se eller Aftonbladet.se, tar de även del av andra artiklar och kommentarer om programmet. Detsamma gäller flera av de andra informanterna som inte får titta på hela programmet, dvs. utröstningsdelen som sänds efter TV4-nyheterna. Då gäller det att snabbt

dagen därpå få information om vem som röstades ut. Elin berättar att hon inte fått något sms under kvällen/morgonen om vem som åkte ut, får hon snabbt information när hon loggar in på MSN. Hon behöver sällan söka upp informationen för ofta har det stått något om gårdagens program på MSN:s startsida eller så har någon kompis skrivit om vem som röstades ut. Ingen av informanterna i studien har själva valt att aktivt kommentera något vad gäller Idol på nätet.

Trots ett invariant användarbeteende av internet är det tv som är det främsta mediet vad gäller Idol i den här gruppen. Engagemanget är tätt knutet till funktionen lägereld och då är tv-apparaten det självklara valet. Internet använder man enbart för att antingen ”kolla upp” vem som röstats ut eller för att titta på roliga klipp från uttagningen. Ingen av informanterna är aktiva ”idol-surfare” som läser vad som händer utanför programmet eller som skriver kommentarer. Idol är tv-programmet, punkt.

Det märks också skillnad beroende på ålder. De som är lite äldre börjar uppleva programmet som ”ocoolt” och inget man pratar om utanför hemmets sfär, möjligen med sina närmaste vänner. Elin brukar diskutera Idol med några klasskompisar i skolan ibland, Gustav gör det aldrig eftersom ”det är töntigt”. På frågan om Anton och hans kompis pratar om Idol i skolan svarar Anton: ”Idol kollar man på med familjen men man bryr sig inte om det”. Här handlar det om att ”ha koll” men samtidigt inte bry sig för mycket, det är töntigt. Det verkar som om Gustav och Elin helt enkelt tappat intresset för konceptet. Det är inte spännande längre. Ingen utmaning, det är ”same same” som tidigare år. Idolerna utmärker sig inte längre.

Under finalen sitter Gustav och chattar på sin dator framför tv:n. Fingrarna rör sig snabbt på tangenterna och han skiftar mellan MSN och Facebook.

Han sms:ar en klasskompis som han vet är på finalen i Globen och frågar hur det är. Får snabbt svar att "Erik äger". När jag frågar vad han chattar om samtidigt som han tittar på Idol med ett halvt öga svarar

han raskt: "Tror du jag är så nördig så jag chattar om Idol...?"

När vinnaren lästs upp vänder sig Gustav omedelbart om och vill visa sina trolleritricks med några gummisnoddar. Han är inte alls engagerad i vem som blev finalidolen, bara konstaterar att Erik vann vilket han trott hela programserien igenom.

Vad är det som engagerar?

Det är tydligt att det inte främst är sångprestationerna som är intressanta och som engagerar. Alla som når finalen har bra sångröster, några lite bättre än andra. Det som engagerar är kläder, sminkning, frisyrer, val av låtar, programledaren, juryn och idolernas utveckling.

Ebba kommenterar kontinuerligt deltagarnas kläder och sminkning snarare än deras framträdanden. När Mariette uppträder kommenterar Ebba dels att Mariette ser bättre ut med mascara än utan, och undrar varför hon har skjortan på det där sättet, och varför man ser hennes behå. Mariette har på sig en vit, lite genomskinlig skjorta som hon stoppat ner i byxan "lite slarvigt" bara över magen, i övrigt hänger den utanför. Det musikaliska uppträdandet kommenterar hon inte alls.

Ebba tycker Calle är ful i sminkade ögon. Hon tycker att Toves klänning ser ut som en pyjamas och spekulerar om hon har något under den eftersom den är så kort och publiken kan se upp under den när hon lyfter på armarna.

Elin, Lea och Ebba gömmer ansiktet i händerna eller i någon kudde när de tycker det blir "skämmigt", när någon sjunger eller dansar dåligt, är fult klädd eller dåligt sminkad. Deras kroppsspråk är övertydligt – när de uppskattar någon lyser deras ansikten och de lutar sig hänfödda fram, när de tycker något är dåligt gömmer de sina ansikten. Elin kommenterar hur Erik ser ut när han sjunger: "Han får vär-

sta blodådern i pannan”, säger hon och fnissar. Ebba kommenterar också hur Eriks panna ser ut när han sjunger: ”Det blir så här tjockt på honom”, säger hon och pekar på pannan. När Tove uppträtt vänder hon sig till sin kompis som är med och tittar och frågar: ”Alltså, Toves klänning var inte så snygg... tyckte du att den var snygg?”. Kompisen skakar på huvudet och säger nej.

Vid ett fälttillfälle med Gustav har han två kompisar hemma. Gustav har fixat håret, vilket han inte gjort tidigare, i en rätt stel och spretig frisyr. Han är annorlunda när kompisarna är med, lite mer pratig och stöddigare mot sin lillebror. Alla tre killarna ligger på golvet framför tv:n och äter chips.

Gustav: Jag fattar inte hur Calle kan få ha den där töntiga frisyren...

Kompis 1: Nej, den är verkligen töntig... nörd.

Kompis 2: Han har verkligen inte hängt med...

Gustav: Har dom ingen stajlist eller...!?

Personliga favoriter

Den som har en personlig favorit bland idolerna visar så klart ett tydligare engagemang, i alla fall så länge favoriten är kvar i programmet. Uppenbart är att intresset för programmet som helhet svalnar betydligt då en favorit har röstats ut.

Hela familjen, mamma och två syskon, sitter i soffan och äter popcorn och tittar på Idol. Alba är ganska ointresserad nu när Reza har åkt ut. Hon suckar och dåsar till när Calle kommer ut på scenen. Hon småpratar när det är Eriks tur. Den enda gången hon tittar lite är när Tove och Mariette sjunger. Bara efter några minuter börjar hon pyssla med annat.

Alba har inte så många kommentarer om Idol under programmet utan verkar ganska frånvarande och uttråkad. Hon förklarar att det är för att det är "rocktema" vilket inte alls är hennes musiksmak. "Jag kan fak-

tiskt förstå att man tycker att Erik är bra om man gillar den här musiken men jag gillar mer Michael Jackson, Beyoncé, pop och disco". Hon bläddrar i en bok och pratar gärna om annat. Hon försvinner in i rummet och tittar lite på en film med sin syster.

Elin hade Mariette som favorit, men även Tove och Erik, så när en efter en åkte ut tyckte hon i alla fall att det var intressant att följa programmet. Hon menar själv att det är dumt att bara ha en favorit för då vet man ju att om den favoriten röstas ut blir det ointressant att fortsätta titta. Rent strategiskt är det bra att ha flera favoriter, eller i alla fall flera som man tycker om, då blir det ju roligt att titta på alla avsnitt.

Vad är det då som gör någon till en favorit? Det verkar i allra högsta grad handla om en identifiering med idolen som helhet snarare än fokus på sångprestationen. Alla de som tagit sig vidare i programmet Idol har bra sångröster, det är en självklarhet att finalisterna är goda sångare. Bland de informanter som ingått i studien verkar det som om man väljer någon man kan identifiera sig med. Alba har till exempel haft Reza som sin stora favorit, stundtals även Mariette. Alba identifierar sig med "etniskt" liknande idoler, det vill säga mörkhyade deltagare som dessutom håller en hög musikaliskt nivå. De ska kunna sjunga och dansa bra också. Egentligen är det väl ingen på Idol som kan vara lika bra som hennes riktiga idoler (Beyoncé och Michael Jackson) men Reza kan i alla fall sjunga.

Både Reza och Mariette har definierats som "annorlunda", medan Tove å andra sidan har stått för en svensk normalitet – ung, söt och blond svensk tjej. Lea och Ebba har främst identifierat sig med Tove. Elin har i första hand favoriserat Mariette, men även Tove.

Bland de unga informanterna är det även av betydelse hur idolerna framställs i medierna. Tove är en förebild medan till exempel Calle, som tidigare dömts för vandalisering och sniffat bensin enligt kvällstidningarna, upprör de unga tittarna.

Alba har under Idol-perioden funderat på varför Calle har varit så framgångsrik. Hon har flera gånger varit förvånad över att han går vidare och hon har klagat på att hans låtar är dåliga och på att han inte kan dansa. "Han känns inte som en riktig artist... inte för mig i alla fall". Vi pratar vidare om vad det är som inte funkar med Calle för henne. Hon säger: "Vet du, jag hörde eller läste att han Calle hade varit full eller något. Han är något fyllo eller så. Såg rubrikerna. Jag vet inte, men jag gillar inte honom för han är en sån som dricker."

När de yngre tittarna får negativ information om "sina" idoler reagerar de omedelbart fördömande, detta är särskilt tydligt ju yngre man är. Detsamma gäller om idolernas "image" förändras från hur de framställts i programmet och under senare del av deras karriär. Under fältobservationerna påpekar Alba vid ett tillfälle att hon inte tycker om att Agnes (Idol-vinnare 2005) uppträder på ett mer vågat sätt i sin nya video. Alba säger: "Jag tycker att det är jobbigt att det finns killar som kladdar på henne i hennes nya video. Jag tycker inte om det där kladdandet". Mediebilden av Agnes, liksom Tove, har varit den välordnade och behagliga flickan/unga kvinnan. Detta är den bild de unga flickorna som beundrar Tove har infogat i sin identitetspegling (jfr Eriksson 2007).

När det under ett av höstens program "avslöjades" att Mariette är homosexuell reagerade informanterna lite olika. Mitt i direktsändning ställdes plötsligt de unga tv-tittarna inför ett ifrågasättande av det annars ganska könsstereotypt präglade tv-formatet.

Fråga: Hände det något särskilt i förra avsnittet som du tänkt på, till exempel med Mariette? Effie svarar: "Jag var lite förvånad, chockad sist... Att se att Mariette har en flickvän. Jag och min kompis tittade på varandra och bara VA? Alltså, det spelar ju ingen roll men jag tycker att hon passar mycket bättre ihop med en kille. Hon har en sån personlighet som passar med en kille."

Elin berättar att hon och hennes kompisar pratat om Mariette i skolan och hon försöker härma hur de talade om det som hände: "Men guuud... vi visste inte att hon var sån" ... Sedan säger Elin med normal röst igen: "Jag tyckte hon var bra i alla fall, men alla behöver väl inte informeras om att hon är lesbisk?". Några av informanterna har reagerat på denna händelse, det var en tydlig avvikelse från det man är van att se eller snarare det man förväntar sig att få se.

Att de unga Idol-anhängarna är så fokuserade vid utseendet, ytliga attribut och egenskaper hos sina idoler är inte speciellt konstigt eftersom de befinner sig mitt i en process av identitetsutveckling. De stylade idolerna blir sinnebilden för hur man formar en sorts "idolidentitet" i en samtid av ständiga ideal om utseende. Idolerna blir ledstjärnor som är lätta att knyta an till i en värld av oändliga valmöjligheter. Detta blir särskilt tydligt när informanterna tittat tillsammans med kompisar, då de ivrigt speglar sina egna intryck i den andras/de andras. Detta blir ett sätt att ta reda på och förhålla sig till sina kompisars uppfattningar och attityder (jfr Borgström 2002, Frisé 2006).

Juryn

Juryn är en självklar del av programmet Idol. Ingen av informanterna reagerar nämnvärt på jurymedlemmarnas insats förutom om de är onyanserat "elaka". Det är snarare så att en alltför snäll jury gör att programmet blir tråkigt. Juryn måste balansera på gränsen mellan att vara alltför snäll och att vara uttalat elak. Alba berättar under ett program:

"Om juryn var snäll hela tiden så skulle det ju bli lite tråkigt att titta på Idol. Man vill ju att de ska vara ärliga. Sedan så är det säkert vissa som är där som vill ha riktiga bedömningar. Sedan om juryn säger, "Stopp, stopp... Vad gör du? Du låter katastrofalt. Kom inte tillbaka", då blir man ju väldigt ledsen såklart."





Alla informanter i studien anser att den ”nya” juryn är bättre än den tidigare, i alla fall de som minns den förra. Den nya juryn, som består av Laila Bagge, Anders Bagge och Andreas Carlsson, upplevs som roligare, snällare och gladare. Elin berättar att hon tillsammans med en kompis tittat på ett Idol-program på TV400 där den gamla juryn var med. Hon tyckte att den juryn var ”läskig”, de var mycket hårdare och Elin reagerade starkt emot att Kishti ”sov på bordet” då en person sjöng i uttagningen, ”man kan inte göra så...”, säger Elin med upprörd röst, ”det är ju deras jobb att lyssna”.

Tjejerna har mer specificerade åsikter om jurymedlemmarna. Anders Bagge är en ”krambjörn”, ”verkar mysig” och ”han har roliga rökbomber”. Andreas Carlsson är ”tuff”, ”kall” och ”fånig med sina solglasögon på”. Flera av tjejerna i studien tycker bäst om Laila, hon är ”snällast” och upplevs vara den som kommer med mest konstruktiv kritik. Dessutom tycks Laila vunnit beundran efter sin egen medverkan i TV4-programmet *Let's Dance* 2009. Hon har fått en ny trovärdighet som jurymedlem eftersom hon varit med i en liknande tävling, fast med dans istället för sång och därmed fått ta emot hård kritik från *Let's Dance*-juryn. Effie berättar:

”Den enda jag bryr mig om är Laila. Hon är mer och mer en idol för mig. Det har varit så sedan det där avsnittet i Let's Dance när hon själv skulle hitta på en dans. Hon gjorde det så bra.”

Hur reagerar man då om juryn är elak?

Ebba berättar om ett tillfälle under audition-delen när en kille som jobbar som trädgårdsmästare sjöng och Laila sa att tyvärr du går inte vidare, du får sjunga för blommorna istället. Ebba berättar: ”Då sa Anders Bagge, nä, för då dör blommorna”. Ebba reagerade på detta uttalande eftersom hon tyckte att det var onödigt av Bagge att säga så. För Ebba är det viktigare att juryn är schysst än kommer med elaka kommentarer till de som är med i uttagningen. Detta verkar dock inte vara något hinder för att

själv ställa upp. Jag frågar Ebba om hon skulle vilja vara med i Idol och hon svarar snabbt ja.

Effie väljer bort att titta på uttagningen för att juryn är mer elak då än i själva programmet med finalister. Vid ett tillfälle var en jury-medlem, Anders Bagge, otrevlig indirekt mot en tjejs mamma vilket Effie reagerade starkt emot:

"Alltså, ibland har man lust att gå dit och säga till dom att dom säger en massa taskiga saker. Man vill säga: Nej. Till exempel sa Anders Bagge: "Vem har skickat hit dig?" till en tjej som kanske inte sjöng sådär jättebra. När hon svarade: "Min mamma", så sa Anders Bagge: "Din mamma har dålig smak." Det var så taskigt sagt."

Även Anton reagerar när juryn är uttalat elak, men han är inte så engagerad i idolernas väl och ve att han blir upprörd över vem som åker ut. För Anton är andra saker viktigare här i livet. Utröstning i Idol är för honom en ganska trivial händelse – en del i programkonceptet. Detsamma gäller Gustav. Överlag reflekterar han inte alls då juryn kommenterar idolerna, speciellt inte ju färre idoler som är kvar i programmet. Gustav tycker uttagningen är den klart roligaste delen av programmet, då kan juryn vara riktigt elak och rolig, menar han, sedan blir de bara snällare och snällare (och uppenbarligen tråkigare och tråkigare).

Juryn får inte vara för snäll. Gustav påpekar vid ett tillfälle som Reza får omdömet att hon är "världsklass" att det är konstigt att en idol kan få sådana omdömen utan att ens ha vunnit. Gemensamt för alla är att de tycker att de personer som kommit in som "gästjury" under programseriens gång är alldeles för snälla. Det upplevs inte som ärligt att säga att alla sjunger bra. Idoljuryn däremot, upplevs som ärlig.

Men överlag är juryn en så självklar del av programmet att man inte reagerar något speciellt över deras agerande. Alba säger:

"Det är väl bra med en jury. Ibland kan de vara lite taskiga men det verkar ingå. Det är nog ingen som blir chockad om de säger... "STOPP det där var inget bra". Jag har nog inte tänkt så mycket på det. Ska man göra det?"

Den allmänna inställningen är att om man vill vara med i Idol ska man självklart också tåla juryns kommentarer – det är en del av processen att formas till idol.

Alla kan bli idoler...

I takt med att allt fler tv-program har handlat om att tävla i sång, dans eller andra talanger har också en mentalitet präglats in hos barn och unga att det är ganska lätt att lyckas. Det är bara att söka till exempelvis Idol och har man en tillräckligt bra sångröst kommer man ju med i programmet – det verkar vara den rådande inställningen bland de informanter som ingått i denna studie.

Alba svarar till exempel på frågan hur hon skulle gå tillväga för att få en sångkarriär:

"Det första jag skulle göra är att skicka in en låt till Lilla Melodifestivalen. Eller så skulle jag försöka vara med på en Idol-uttagning, alltså om Idol fortfarande finns kvar då. När jag väl sedan är på scenen skulle jag försöka fånga tittarnas uppmärksamhet genom att röra på mig, ha en bra röst... och sånt."

Gustav och hans lillebror, som är sex år, kan sitta och prata om att bli kända genom tv som en självklarhet. Ett samtal dem emellan under en middag en fredag före Idol lät så här:

Gustav: Jag kanske måste börja spela något instrument om jag ska kunna bli med i något av programmen...

Lillebror: Jag ska vara med i Talang... då ska jag trola...

Gustav: Nej jag ska vara med i Idol... helst, Talang om jag inte kommer med i Idol, men det hänger ju på att jag lär mig spela något instrument...

Lillebror: Idol är töntigt...

Gustav, som hela tiden framhållit hur ”töntigt”, ”nördigt” och ”ocoolt” Idol är, vill likafullt vara en del i programmet om det innebär att han kan bli känd.

Elin som är 13 år berättar först att hon och en killkompis bestämt sig för att gå på en Idol-uttagning i kycklingdräkter. Det är tydligt att detta är ett uttryck för att de vill distansera sig gentemot programmet och vara lite ”coola”. När vi pratat lite mer så kryper det fram att Elin visst skulle vilja vara med ”på riktigt” men hon är orolig för att hon skulle bli ledsen om hon fick negativ kritik från juryn samtidigt som hon vet att om man inte är tillräckligt bra så är det så det kan gå.

Vid ett fälttillfälle följde vi med Alba och Effie på själva inspelningen/sändningen av Idol.

Alba är väldigt glad över att gå på en direktsändning av Idol och har berättat för sina vänner om vad hon ska göra. Det är uppståndelse runt henne när hon står i skolfarstun och klär på sig: ”Vart ska du? Är det sant att du ska på Idol, hälsa Erik” ... och så vidare.

Vi hämtar upp Effie där hon bor och hon är i extas. Hon har till och med glömt lillasyster på fritids och får gå tillbaka för att hämta henne. Hon har sagt till alla klasskompisar att de skall titta efter henne på tv:n under kvällen.

Alba pratar om att hon är så lycklig över att få se Reza live men väl på plats så är Idol helt ointressant. Det är istället allt runt omkring som är viktigt. Att de har vip-biljetter och får mat och dryck gratis. De skvallrar om att Laila Bagge har peruk och kanske är för gammal för att klä sig så ungt, om att Erik inte alls är snygg och att Calle borde åka ut.



Under inspelningen så var de båda helt fokuserade på om kameran hade snappat upp dem eller inte. Vi fick ett sms som berättade att barnens föräldrar hade sett Effie men inte Alba vilket gjorde Alba besviken.

Liveinspelningen för Alba och Effie handlade inte om att få se sina idoler live utan snarare om vad "jag kan få" och "hur jag kan synas" vilket speglar den kultur som programmet Idol är en stark förstärkare av, det vill säga att alla kan synas och bli sedda oavsett vem man är. Alba anser att det är en lättare väg att gå att vara med i Idol än att till exempel försöka komma med i Lilla Melodifestivalen. I Idol kan hon "visa upp sig" snarare än att behöva skriva och skicka in en låt som man måste göra till Lilla Melodifestivalen. Mindre ansträngning men kanske mer resultat. Konsekvensen av detta är att man får utstå elak kritik, men ger man sig in i leken får man leken tåla. Genvägar kostar mer.

Utifrån vad vi sett i våra fältobservationer är de unga Idol-konsumenterna i allra högsta grad uppmärksamma på hur idolerna ser ut och kommenterar detta flitigt. Intressant är att utseendet inte verkar vara något man bekymrar sig om för egen del. Alltså, man kan

vara bekymrad över att man inte har en tillräckligt bra sångröst, inte spelar något instrument eller inte har någon annan talang som gör att man kan vara med i något tv-program, men inte för att man inte skulle vara tillräckligt tilltalande utseendemässigt. Idol-programmet, i Sverige och andra länder, har tydligt visat att även de med mindre fördelaktigt utseende kan slå igenom och få stora framgångar. Paul Potts och Susan Boyle från England är kanske de mest lysande exemplen. Båda dessa deltog i och för sig i programmet *Britains got talent* (2007 och 2009) men det programmet har ett snarlikt koncept som Idol, med talanger som uppträder inför en jury och både Potts och Boyle framförde sång i talangprogrammet. Vid ett fälttillfälle är en tjejkompis hemma hos Gustav. Vi sitter och småpratar om Idol och tjejkompisen berättar hur hon och hennes mamma kan sitta och titta på det Youtube-klipp som finns på Susan Boyle där hon uppträder inför juryn första gången:

Vet du, jag tycker det är hemskt egentligen. Först kommer hon in på scenen och hon är ju rätt ful faktiskt, jättestora ögonbryn. Och så får man se hur publiken och juryn reagerar taskigt bara för att hon är ful. Och sen börjar hon sjunga och... ja det är helt häftigt. Publiken och juryn ställer sig upp... min mamma brukar börja gråta. Lite pinsamt. Men sen säger juryn att de typ själva dömde ut henne först på grund av att hon var ful men att hon liksom lärde dem en läxa, tror till och med någon i juryn säger att det var en "wake up call". Jag tycker det var så bra, alltså man kan ju inte döma folk efter utseende.

Det finns en tydlig inställning att har man bara rätt utstrålning så kan man "lyckas". Paul Potts och Susan Boyle föder drömmen om möjligheten att man kan lyckas även om man inte är den mest bildsköne i en annars extremt utseendefixerad samtid.

Resultat intervjuer

Resultatet från intervjuerna skiljer sig i vissa avseenden tydligt från det vi sett i den etnografiska studien. Detta kan dels bero på att de som svarat i intervjuerna är något äldre än de som ingått i den etnografiska studien, dels på att svar på frågor oftast blir annorlunda än vad man ser under observation av beteenden. När man ställer frågor direkt kan man få svar som den som blir tillfrågad tror att han eller hon bör svara, kanske kommer han eller hon inte ihåg riktigt hur man betar sig eller så är man påverkad av att ha kompisar runt omkring.

Något som vi noterade bland de som var 13 år (och deras vänner) i den etnografiska studien var att Idol inte är speciellt "coolt". Detta var tydligt även i genskjutsintervjuerna. Mer precist är det inte "coolt" att säga att man tittar på eller tycker om Idol när man är tillsammans med jämnåriga. I genskjutsintervjuerna har vi slumpmässigt fångat upp skolungdomar och där visade det sig vara fler som inte tittade på eller tyckte om programmet Idol. I samtalsintervjuerna har vi rekryterat ungdomar som tittar på Idol. Ungdomarna i genskjutsintervjuerna visade tydligt att Idol inte är speciellt coolt, medan ungdomarna i samtalsintervjuerna snarare bekräftade varandras positiva erfarenheter av programmet – de kände sig trygga eftersom de visste att alla i gruppen tyckte om samma program.

Genskjutsintervjuer

I de kortare genskjutsintervjuerna har 22 ungdomar i åldern 14–17 år slumpvis svarat, vilket innebär att det både är ungdomar som tittar på

programmet och ungdomar som inte tittar som ingår i gruppen. Följande frågor ställdes till ungdomarna utanför två skolor i Linköping. Ungdomarna är killar och tjejer med blandad etnisk bakgrund.

Vad tycker du om Idol?

Varför är det bra/dåligt?

Vad uppmärksammar du/ni mest under programmet?

Vad tycker du/ni om juryn?

Vi ställde en inledande fråga vilket klargjorde om de tillfrågade överhuvudtaget tittar på Idol. De flesta ungdomar som var ensamma ville inte svara på frågan. De gav oss en osäker blick, tittade runt ifall någon skulle se dem och avvek sedan. De ungdomar som var i par eller grupp var mer nyfikna och ställde gärna upp. När vi då nämnde att frågorna handlade om Idol fnittrade de flesta till och hävdade att de inte tittar på Idol.

Flera av ungdomarna som var i grupp hade en eller två personer som påstod att de inte alls tittar på Idol. Dessa personer hade ofta stort inflytande på de andra som mer tveksamt ställde upp på att svara på frågorna. Uppenbart är att de inte tycker att det är coolt att titta på Idol. Det var mycket fnitter och osäkra blickar mellan ungdomarna. Bekräftande ögonkast gavs mellan dem som tittar på Idol och står för det. De hävdade att de tycker om programmet, att de har gemensamma åsikter samt att de har diskuterat programmet sinsemellan. Mer ”bekräftelsesökande” skedde mellan de elever som umgicks med någon som inte tittade på Idol. De som alltså inte tittar på Idol – eller säger att de inte tittar – är lite coolare och tuffare.

Vid flera tillfällen, då vi frågade flera ungdomar samtidigt, var det oftast en som var mer framträdande än de andra. Den personen fick då medhåll och stöd av sina vänner som nickade eller upprepade det kompisens sade. Kompisinflytandet var mycket starkt, vilket visade sig genom att man höll med den som upplevs som mer ”cool” och att det töntiga med att titta på Idol gavs ett ”mindre” erkännande.

Ungdomarnas ordval är delvis vuxet, delvis väldigt ungdomligt. Ord som "underhållande" eller "god underhållning" är kanske lånade från TV-tablåen eller så är det de ordval föräldrarna använder. Helena 17 år säger: "Det är trevlig underhållning med familjen". Jonathan 16 år menar att Idol är "god underhållning". I samma mening som eleverna använder ordet "underhållning" kan de prata med mer "ungdomliga" uttryck som att "göra bort sig" och "vi vet hur det ligger till".

Majoriteten av de tillfrågade anser att Idol är ett underhållningsprogram, alltså en benämning de själva väljer, snarare än en musiktävling. Enbart två nämnde att det är en musiktävling. Dock sa flera att musiken är viktigast, det vill säga hur låten framförs och vilken tolkning idolerna gör. Även själva låtvalet är viktigt. Näst efter musiken kommer idolernas stil. Stilen innebär både klädstil, frisyrier, sminkning och själva framträdandet, hur de rör sig till musiken och hur mycket de bjuder på sig själva på scenen. Flera nämnde även att det är intressant att följa hur idolerna utvecklas på scenen och sångmässigt.

Ungdomarna har stor förståelse för juryns uttalanden. De tycker sällan att juryns kommentarer är för hårda eller orättvisa. Ibland är de taskiga men den nya juryn är snällare och roligare än den gamla. Man upplever juryn som ärlig och att den "kan sin grej", den är med andra ord professionell. Sofie och Johanna, båda 17 år, menar att "den nya juryn är väl inte "rälak" hela tiden, de är måna om att inte sära folks känslor". Juryn upplevs vara lite extra taskig under audition-fasen men "någon måste ju säga till dem som inte kan sjunga".

Majoriteten av de tillfrågade tycker att audition-fasen är den roligaste delen av programserien. Det är underhållande att se när folk gör bort sig. De intervjuade ser inte tillbakavisanden eller nekanden som något taskigt. Inte heller när juryns ordval är mindre snällt.

"Folk måste förstå hur det ligger till"

"Man vet ju om man kan sjunga eller inte"

"De som ger sig in i leken, vet ju vad det handlar om"

Alla ungdomar tycker att den gamla juryn var betydligt taskigare än den nuvarande juryn. Den gamla var "onödigt grymma", men den nya juryn bryr sig mer om dem som verkligen är osäkra och blyga. "Juryn är rättvis", sa många.

Ungdomarna ser med stor glädje och tillfredsställelse på när "folk gör bort sig" som många av dem säger. Det är helt enkelt "roligast". De tycker dock att programmet får högre kvalitet ju längre det går och desto färre idoler som är kvar. Helt enkelt därför att "då är det bättre musiker kvar".

Kommentar

Det intressanta med genskjutsintervjuerna är hur tydligt det blir att gruppen/kompisarna påverkar hur och vad man ska tycka om Idol. Det är uppenbarligen inte speciellt coolt att säga att man tittar på Idol i den här åldern – samtidigt som idolerna i sig, deras stil och uttryck – är viktiga att förhålla sig till ur ett rent identifikationsperspektiv.

Samtalsintervjuer

Samtalsintervjuerna genomfördes med ungdomar som tittar på och tycker om programmet. Några tycker audition-delen är tråkig eftersom de sjunger dåligt, andra tycker den är roligast. Jimmy, till exempel, tycker att det är audition-delen som gör programmet "speciellt och roligt". Andra tycker att serien är mest intressant då finalisterna är utsedda. Men alla intervjuade, oavsett grad av engagemang i programmet, tycker att det börjar bli lite "fjantigt och tjatigt".





I intervjuerna har följande informanter deltagit:

Anna, 15 år, svensk, Linköping.

Josefin, 15 år, svensk (tysk pappa), Linköping.

Khristina, 13 år, född i Sverige, syriansk mamma, turkisk pappa, Linköping.

Abdikhari, 14 år, från Somalia, Linköping.

Jessica, 13 år, svensk (chilensk mamma), Linköping.

Julia, 14 år, svensk, Linköping.

Jimmy, 14 år, svensk, Linköping.

Markus, 14 år, svensk, Linköping.

Ninib, 15 år, svensk-assyrian-syrian, Linköping.

Delad upplevelse

Även i den här åldersgruppen tittar man i huvudsak tillsammans med familjen. Familjens medlemmar diskuterar de olika idolerna och varför någon är favorit. ”Vi har världens diskussioner hemma”, säger Josefin. Trots att ungdomarna och deras familjemedlemmar kan heja på samma idol så handlar diskussionen om olika egenskaper eller villkor. Anna menar till och med att hennes föräldrar ”hejar på fel sätt”, ”på ett vuxet sätt”. Hon förklarar att föräldrarna kan reflektera över idolernas framtid eller hur bra de anpassar sig till de olika teman som juryn fastställer. Till skillnad mot sina föräldrar tittar ungdomarna på om idolen är söt och sjunger bra. Vid frågan hur stor roll utseendet spelar, uppstår det fnitter och blyga miner. Anna och Josefin säger att de tittar på vilka av idolerna som är söta medan Abdikhari blygt nekar till att han tycker att någon av idolerna är söta. Khristina säger blygt att Rabih är sötast. Till skillnad mot sina föräldrar som kan byta favorit beroende på framträdande och sångprestation, alltså hejar på fel sätt, byter inte ungdomarna favorit lika lättvindigt.

Ungdomarna som tycker om Idol säger att de diskuterar program-

men på skolan med sina vänner, speciellt under måndagar. Man pratar om vad som hänt i programmet. Några av dem vi intervjuat har varit på de chattforum som finns. Anna och Julia kan ibland skriva något inlägg om någon annan skrivit ofördelaktigt om den idol de tycker om. Men ingen är speciellt engagerad. De var mer engagerade tidigare år. ”Förut var jag jätteinsatt men nu har jag tappat lusten”, förklarar Markus. Han menar att det inte händer något ”nytt” på chattarna, det är samma kommentarer och åsikter som förekommer detta år som tidigare år, vilket också gäller själva tv-programmet. De har börjat tröttna och vill ha något som upplevs nytt och spännande.

Juryn

Generellt sett tycker ungdomarna bra om juryn. Att de har olika åsikter om vem som är bra eller dålig av jurymedlemmarna är självklart men man tycker inte att juryn är speciellt taskig eller otrevlig. De anser snarare att juryn är ärlig och rättvis. I enstaka fall har juryn uttryckt sig ”för” taskigt och då reagerar ungdomarna på det, inte på kritiken i sig utan på sättet juryn uttrycker sig. De menar dock att de som söker till Idol borde veta vad som väntar dem. Det är inte taskigt att säga sanningen, dock finns det olika sätt att uttrycka denna sanning på.

Juryns påverkan på ungdomarna verkar utåt sett vara mindre än väntat. Trots att ungdomarna lyssnar på juryns uttalanden så tar de enbart till sig deras kommentarer ifall de tycker att de är relevanta. Det gäller främst när juryn ger negativa bedömningar om någon favorit. Då är kritiken riktad mot juryn hård, som i Jessicas och Abdikharis fall då de hävdar att juryn ”tog bort alla bra”. Men ungdomarna tar även juryns uttalanden som försvar när det gäller den idol de tycker bäst om, vilket Jessica nämnde då Reza fick mycket beröm samt liknelsen om att framträdandet var som taget ur en MTV-video. Då litar de på juryns professionalism. Likaså stödjer de juryns

åsikter om de passar dem, som i idolen Camillas fall då hon gjorde en illa omtyckt version av Halleluja. Man lyssnar med andra ord på juryn men väljer ändå självständigt vilka kommentarer man faktiskt tar till sig och vilka man väljer bort. Att vara ärlig, som ungdomarna säger att juryn är, är ändå viktigast men de borde inte svära eller vara ”onödigt grymma”.

Det påpekas dock att sådana saker som juryn kan säga till dem som tävlar inte är något man skulle säga till en vän. En vän vill man inte sära genom att vara alltför ärlig. Ninib menar att: ”Även om en kompis inte är så bra så är man kanske inte helt ärlig. Om man spelar fotboll tillsammans så säger man inte att ”du suger”. Man säger att han ska fortsätta. ”Han har viljan”. Man säger ju inte: ”du suger”.”

Ungdomarna tycker således att juryns omdöme är rättfärdigt och ärligt. Likaså att deltagarna måste vara medvetna om tävlingens regler och villkor, om man ger sig in i leken får man leken tåla. Därför borde de inte heller bli ledsna om de blir utröstade. Generellt har ungdomarna själva en avslappnad inställning till juryns omdömen men reflekterar över att ”gamlingar” verkar tycka att juryns uttalanden inte är speciellt bra. ”Kollar en pensionär tycker de kanske att det är dåligt, ungdomar tycker att det liksom är ok”, säger Markus.

Höga förväntningar

Det är lätt att relatera ungdomarnas uppfattning om Idol till Darwins teori om ”*Survival of the fittest*”. Det handlar om att vinna, om att överleva. De olika stadierna som idolerna genomgår är en ständig kamp, mot varandra och mot sig själva. De måste ständigt överträffa sig själva, bli bättre och ta sig till nästa stadium. Till slut har de som var mindre bra inte överlevt. Bara den starkaste överlever – den som kan uppfylla alla förväntningar.

Ungdomarna har höga förväntningar på sina idoler. Det är viktigt att idolerna ser rätt ut, har en speciell stil och kan bjuda på sig själva.

Sången är alltid viktig – det är ändå en musiktävling – men utstråling och framträdande är minst lika viktiga. Idolerna ska ha ”det”, de ska ”köra” och ”ge allt”. Pressen och förväntningarna på idolerna är höga; ”fel” kläder, ”fel” låtval, ett osäkert framträdande och så vidare kan räcka för att man blir osäker på om man har favoriserat ”rätt” idol. Samtidigt vill ungdomarna se sådant som är ”nytt” – viktigast av allt är att idolerna ska vara unika. ”En egen stil och ett eget uttryck” är centralt. Man väljer bort en idol om denna blir för ”kaxig” och framhåller sig själv som duktig. Idolerna ska inta en roll av blygsamhet för att vinna gunst hos de unga tittarna.

Eftersom Idol är ett musikprogram blir den musiksmak idolerna står för en viktig del av vem man identifierar sig med. Till exempel tycker Khristina, Abdikhari och Jessica inte om rockmusik. Det innebär att de heller inte blir fans av de som sjunger rockmusik. Markus föredrar de idoler som sjunger sånger som hans favoritartister har skrivit eller påminner om. Identifieringen till idolernas stilar syns även till stor del i ungdomarnas egen stil och uttryck. De liknade sina idoler klädmässigt och föredrar den musiksmak som deras idoler tycker om.

Det är många måsten som en idol ska klara av. Ungdomarna vet precis vad de vill se och höra och vad de förväntar sig. Det är med stor säkerhet ungdomarna som är den hårdaste juryn, inte bara gentemot idolerna utan även mot sig själva och vännerna i den egna sociala kretsen.



96

Idol

Erik är bäst
Kalle är 45-årig
gubbe

Kalle ska vinna ♥ Khadra

Vad är blir ej vinnarna som
Vunnit idd kända? Dom
Syns knappt efter is

Lägg ner hela programmet, tack!

Kicka Laila Bagge!!!

Idd suger!!!

Det är löskigt mycket reklam! ☹

Bort med Jihde! NU

Ta bort Jihde

Resultat netnografi

Netnografin syftar till att få en förståelse för hur unga människor upplever Idol genom att titta närmare på vad de själva säger och hur de uttrycker sig på internet om tv-programmet. Fokus ligger på textbaserad kommunikation mellan ungdomar som är fritt tillgänglig på internet, det vill säga texter som inte kräver någon inloggning med lösenord eller medlemskap på diskussionsforum eller andra interaktiva communities för att kunna läsas. Den undersökta gruppen är huvudsakligen unga människor i åldrarna 13 till 17 år som använder sig av internet för att öppet kommunicera sina tankar om Idol, men i vissa fall även unga människor i åldrarna 18–19 där intresset för Idol har varat under flera år. Då mängden tillgängligt material visat sig vara väldigt stort (en sökning på Google ”Idol 2009” ger drygt en miljon träffar) och eftersom Idol är en programform som även finns i andra länder, så avgränsas också netnografin till svenska ungdomar och den svenska versionen av Idol som sänds i TV4.

Den undersökningsmetod som används för att få insyn i hur ungdomar upplever Idol är främst dold observation av vad som sägs och hur det sägs på olika communities på internet (jfr Beckmann & Langer 2005). Detta innebär läsande av tiotusentals postade inlägg som innehåller ungdomars upplevelser, attityder, språkbruk och känslor om Idol. I de fall det har känts nödvändigt och i de fall det har varit möjligt, så har forskaren informerat berörda personer om sin närvaro samt varit öppen med sina intentioner. Det material som ligger till grund för den här internetbaserade delstudien inkluderar ungdomars yttranden om både Idol 2008 och Idol 2009. Ingen personlig information om enskilda internetanvändare

har samlats in om de inte själva godkänt det.

Målet här är att presentera en övergripande innehållsanalys av vad som sägs om Idol online när unga diskuterar eller kommenterar programmet på olika diskussionsforum samt att jämföra olika diskussionsplattformars strukturella inverkan på individers attityder och beteenden.

Olika former av online-kommunikation

Det finns en rad olika kommunikationsformer som människor använder för att interagera med andra över internet. Vi kan kommunicera med varandra privat genom exempelvis e-post, IM (*Instant Messaging* med applikationer så som MSN, Skype, ICQ, Yahoo Messenger, Google Talk för att nämna några) eller genom privata meddelanden (PM) på olika diskussionsforum. Vi kan även kommunicera *semiprivat*, det vill säga kommunikation mellan människor i grupp som avskärmat sig från offentligheten genom krav på medlemskap eller lösenord för att kunna delta i den virtuella samman slutningen, men som fortfarande för en öppen dialog med varandra inom gruppen. Detta kan exempelvis förekomma i olika dataspel där gruppkommunikation är möjlig, över IRC (*Internet Relay Chat*), på Facebook eller i avskärmade delar på diverse diskussionsforum som tillhandahåller och tillåter denna typ av grupperingar. Vi har även möjlighet att kunna kommunicera med varandra publikt, helt öppet inför alla som har tillgång till internet, genom att exempelvis posta inlägg på publika diskussionsforum, kommentarlistor till artiklar på nyhetstidningars nätbilagor, i kommentarlistor på bloggar och liknande typer av hemsidor där människor kan ingå i öppna dialoger. Utan att gå in i detalj på hur dessa olika kommunikationsformer fungerar (privata, semiprivata och publika) så har alla dessa gemensamt att de personer som använder dem kan läsa text som skrivs av andra i näst intill realtid och i vissa fall även i realtid. I denna bemark-

kelse har den digitala informationsteknologin bidragit till att vi kan dela med oss av våra tankar till stora mängder människor på mycket kort tid.

Det som brukar kallas för en *community* är förenklat sett en plattform för kommunikation och den grupp människor som använder plattformen för interaktion och informationsutbyte. Beroende på hur man definierar begreppet kan en community även hänvisa till den totala mängd diskussionsforum, kommentarlistor, bloggar och människor som är delaktiga i de diskussioner som berör ett specifikt ämne. Man kan således säga att de människor som kommenterar eller engagerar sig i diskussioner om Idol på helt olika diskussionsforum och andra interaktiva plattformar på internet fortfarande ingår i "Idol-communityn". Men det kan vara missvisande att påstå att det är hela "den svenska Idol-communityn" som ska studeras här eftersom tillgången till alla typer av förekommande diskussioner (privata och semiprivata) är begränsad. Vad som främst ligger till grund för denna delstudie är vad som pågår i det offentliga "virtuella" rummet på några utvalda internet-communities där ungdomar figurerar.

På publika diskussionsforum eller communities kan en person (eller "användare" som personen ofta kallas) ha varierande läs- och skrivrättigheter. En besökare har i normala fall möjligheten att kunna läsa vad andra har skrivit, men de flesta diskussionsforum på internet kräver någon form av registrering för att man ska kunna vara delaktig – en registrering som kräver allt från enbart ett användarnamn och ett lösenord till registrering av för- och efternamn, e-postadress, adress, telefonnummer, etnicitet, kön och födelsedata. Faktum är att om man med en sökmotor söker efter diskussionsforum som berör specifika ämnen som datorer, spel, matlagning, bilar, djur och husdjur, hemmabio etc. eller forum som är skapade för vissa grupper av människor, till exempel ungdomar, familjer och föräldrar, personer med funktionshinder, så är formen i grunden den samma med en titelsida med en rad olika underkategorier. Det huvudsakliga innehållet på forum som dessa är även tillgängligt för alla som har tillgång

till internet att läsa. Diskussionsforum kan för människor som varken är medlemmar i communityn eller har intresset av att vara det, på så sätt tjäna syftet att tillhandahålla i huvudsak råd och tips baserade på personlig erfarenhet men även generell information om ett specifikt ämne. Frågorna "Vad bör man tänka på när man köper ett hemmabiopaket?" eller "Hur byter man bakaxel på bilen?" kan man därför troligen hitta svar på om man läser lite på respektive diskussionsforum.

Det exakta antalet foruminlägg som ligger till grund för den här delstudien är i princip omöjligt att veta, men det uppskattas sammanlagt vara cirka 15 000 inlägg som alla på något sätt handlar om Idol. Inläggen varierar i längd, allt mellan ett enstaka ord till längre stycken på upp till omkring 250 ord. Olika forum har olika mängd besökare som engagerar sig i diskussioner om Idol, men det forum som omsätter absolut flest diskussionsinlägg i Sverige är TV4:s eget Idol-forum. Mellan den 26 oktober 2009, då TV4 öppnade möjligheten att kunna posta inlägg om Idol 2009, och den 17 januari 2010, har det på detta forum postats över 46 000 inlägg om Idol 2009, och av språkbruk och ordval att döma, samt jämförelser med andra inlägg på andra forum där skribenternas åldrar finns tillgängliga, så är de flesta inläggen postade av ungdomar. TV4:s diskussionsforum ser dock inte ut som ett traditionellt diskussionsforum där det finns registrerade användare, subkategorier och sökfunktion. I enkla termer så sker de pågående diskussionerna på TV4.se i endast en enda lång tråd där inläggen ligger uppradade i kronologisk ordning, med det senaste inlägget överst. Till skillnad från diskussionsforum med traditionell form och funktion, som till exempel forumet på Ungdomar.se eller Fanglobe.com som kräver registrering för deltagande och som tillåter kategorisering av och därmed också parallella diskussioner om Idol, så har "Snacka om Idol" på TV4.se inget krav på registrering eller någon möjlighet att tillhandahålla parallella diskussionstrådar.

På TV4:s forum finns det trots forumets enkla struktur möjlig-

het att i alla fall kunna posta sitt namn eller en pseudonym tillsammans med sitt inlägg och även möjligheten att i samma diskussions-tråd kunna ta upp olika Idol-relaterade samtalsämnen. En ytterligare skillnad mellan TV4:s egna Idol-forum och Ungdomar.se och Fanglobe.com är mängden inlägg om Idol som de två senare omsätter. Då TV4:s egna forum omsätter tiotusentals inlägg under loppet av en Idol-säsong², så omsätter de andra två totalt knappt 1000 inlägg vardera under samma period³. Skillnaderna i omsättning av inlägg är anmärkningsvärda och kan till stor del förklaras av de olika diskussionsforumens målgrupper och synlighet.

Ungdomar.se

Som namnet avslöjar så är hemsidan Ungdomar.se ett informations- och diskussionsforum med ungdomar som målgrupp och är en av Sveriges största ungdomscommunities med hundratusentals unika besökare varje månad. Den genomsnittliga åldern på sidans registrerade användare är 18 år men går så långt ned som till 13 år. Som det står skrivet under ”Om oss” på hemsidan så har Ungdomar.se:

”... blivit en stor nöjessida som inte bara behandlar ungdomarnas frågor utan även har artiklar, jourhavande kompis, forum, fotoalbum, bloggar, chatt och webb-tv.”

² Antal inlägg postade på Idol-forumet på TV4.se mellan den 26 oktober 2009 och den 17 december 2009 var 39 115 stycken, vilket är i genomsnitt 4 889 inlägg per vecka eller 698 inlägg per dygn. Då är de 6 796 inläggen i en annan tråd postade mellan 9–17 december på samma forum inte inräknade. Källa: http://www.tv4.se/idol/snacka_om_idol

³ Ungdomar.se har 916 inlägg om Idol 2009 (december 2009). Källa: ungdomar.se. Fanglobe.com har 801 inlägg i trådar som startats för Idol 2009 års omgång (i januari 2010). Källa: fanglobe.com.

Ungdomar.se tillhandahåller med andra ord information och diskussioner om ämnen som på något sätt berör ungdomar, till exempel: skolan, mobbning, populärkultur, mode, datorer och spel, sport, alkohol och droger, sex och sexualitet, sjukdomar, resor. Även på detta forum förekommer en rad olika diskussioner om Idol. Eftersom Ungdomar.se inte i första hand är tillägnat Idol utan snarare är en plattform för information och diskussioner som rör det mesta i ungdomars liv, så är inte heller Idol det samtalsämne som tar mest plats på forumet. Ämnet existerar dock och diskussioner om både Idol 2009 och tidigare säsonger finns att tillgå.

Fanglobe.com

Detta diskussionsforum och online-community vänder sig till musik-, film- och tv-intresserade personer. Forumet tillhandahåller pågående diskussioner om Idol 2007, Idol 2008, Idol 2009, kommande Idol 2010, en rad diskussionstrådar om de som medverkat i respektive Idol-omgång samt en hel del annat som inte handlar om Idol överhuvudtaget. Likt Ungdomar.se så finns det på Fanglobe.com även diskussioner om spel, sex och sexualitet, djur, piercings, mobiltelefoner och ringsignaler, skolan, mobbning, mat, politik och en mängd annat. Forumet tillhandahåller dock precis som Ungdomar.se en separat forumdel för diskussioner om just Idol och med tanke på existerande diskussionsämnen och deltagares angivna åldrar så besöks forumet i huvudsak av ungdomar.

Facebook

Facebook är en internetsida för sociala nätverk och sociala relationer mellan människor som delar samma intressen eller aktiviteter. Facebook-användarna kan presentera sig själva genom en profil, visa vilka andra användare man känner och informera andra vad som händer i det dagliga livet. Facebook tillåter även skapande av och medver-

kande i olika användar- eller intressegrupper och användare kan organisera sina sociala nätverk baserat på olika kategorier som hemort, arbetsplats, skola, hobbies, aktiviteter och andra intressen. Som med många andra online-forum så kan man på Facebook även skapa diskussionstrådar på olika Facebook-sidor och skapa olika intressegrupper som berör specifika ämnen, till exempel det aktuella ämnet Idol. Den svenska officiella "Idol 2009"-sidan på Facebook har drygt 15 500 fans (december 2009) och det finns en rad olika mindre intressegrupper som enbart har några få medlemmar till tusen eller ett par tusen medlemmar. Varje intressegrupp behandlar ett specifikt ämne och tillhandahåller möjligheten för Facebook-användare att bli medlem i gruppen för att visa sitt stöd och även att kunna delta i gruppens pågående diskussioner. En Facebook-medlem kan genom enbart medlemskap i olika grupper visa sin ståndpunkt i olika frågor och kan med aktivt deltagande även visa sin grad av engagemang.

Dessa tre forumexempel är representativa för en rad olika observerade diskussionsplattformar som är tillgängliga för och används av ungdomar online.

Språkbruk, beteenden och attityder

Det krävs inte speciellt mycket läsning på internetbaserade diskussionsforum och i kommentarlistor som är dedikerade TV-programmet Idol för att förstå att den stora majoriteten individer som engagerar sig främst uttrycker sig på känslomässiga, snarare än förnuftsmässiga grunder. Förnuft antyder eftertanke, medan känslor å andra sidan uttrycks impulsivt och med viljestyrka. Här följer några exempel på hur sådana inlägg kan se ut, hämtade ifrån Idol-forumet på TV4.se från 2008 års Idol-säsong:

Dessa exempel och deras innehåll är typiska. De innehåller ”subjektiva självklarheter” härledda ur de enskilda individernas emotionella tillstånd. Även om inläggen delvis är ironiserande så visas det ingen empati för att kunna föreställa sig hur andra som har andra känslor känner eller tänker. De visar snarare på en relativt hård attityd gentemot andra användare tillsammans med den subjektiva och till synes orubbliga ståndpunkten att en specifik ”Idol” är bättre än någon annan.

När det gäller just tv-programmet Idol så ser diskussionerna annorlunda ut i jämförelse med de forum som är ägnade åt hemmabio, bilar, familjerådgivning eller liknande. Då diskussioner om prylar eller sociala frågor i regel handlar om råd och tips baserade på personliga erfarenheter, så är online-diskussioner om Idol snarare en lång rad individuella poster där engagemanget i den pågående diskussionen i de flesta fall är motiverad av viljan att tala om för andra vad man tycker.

Det som är gemensamt för majoriteten av de tiotusentals inlägg som har postats om Idol inom Idol-communityn är att göra sin stämma hörd, att berätta för andra vem man tycker är bäst i Idol eller berätta för andra varför en av idolerna är bättre, sämre eller är annorlunda i jämförelse med någon annan idol. Extremt vanligt är att i forumtrådar läsa inlägg som börjar med eller innehåller frasen ”Jag tycker att ...” och eftersom Idol som tv-program innebär att en person röstas ut varje vecka, så förekommer kontinuerligt inlägg som handlar om vem eller vilka av idolerna som ”är bäst” eller ”sjöng bäst”, vilken av idolerna som troligen ”kommer att åka ut”, vilka i juryn som ”sa dumma saker” samt ständiga spekulationer eller helt ogrundade påståenden om vem som kommer att vinna tävlingen. Här följer ett antal inlägg från TV4:s Idol-forum från en fredag i oktober 2009:





"det gör han inte alls det"



"Calle, Erik o Reza var bäst! Mariette får gärna åka. Hon är så tråkig! Calle får som vanligt skit av "Baggarna" medans Mariette är sååå bra?? De kan omöjligt se o höra det vi ser o hör! Andreas var kanon idag! Han har inte en tydlig favorit. Stackars Rabih ... pinsamt och lät som en smurf ... snudd på komiskt ... Tror han eller Eddie åker ut i kväll! Men hellre Mariette ... det händer inget med den tjejen ... Noll utveckling!"

Inläggen ovan innehåller typiska kommentarer om Idol och de medverkande. De som postat dessa inlägg berättar med lite olika grad av engagemang och inlevelse vad de själva tycker, med beskrivande ord som "bästa", "klockren", "bra", "äger", "snyggt", "superbra", "bäst", "svårt", "tråkig", "dåligt", "rättvis", "falskt", "sämst", "jätteduktig", "skit", "pinsamt", "komiskt" och upprepningar av orden "bra" och "dåligt" av olika personer i lite olika former. Varianter på dessa kommentarexempel går att hitta på andra forum inom Idol-communityn och är inte unika för just TV4:s Idol-forum. En annan sak som är värd att notera är att ovanstående kommentarexempel är postade på forumet under tiden Idol faktiskt sändes på tv denna fredag.

Under denna fredag postades det cirka 180 inlägg mellan klockan 12.00 och 20.00, alltså under de åtta timmarna innan programstart. Dessa inlägg innehåller subjektiva attitydyttringar om vilken av idolerna som är bäst, spekulationer om vilken eller vilka av de medverkande som kommer att åka ut, spekulationer om vilka som "hänger

löst” från veckan innan, vädjan från olika personer att rösta på en specifik idol och lyckönskningar till specifika medverkande i programmet.

Under själva sändningstiden postades det drygt 350 inlägg på forumet, det vill säga under två timmar. Bland dessa ingår ovanstående 20 kommentarexempel samt en ytterligare mängd inlägg, framför allt under den sista halvtimmen av programmet vilka främst innehåller olika personers vädjan om att rösta på en specifik idol, önskningar att någon specifik idol ska åka ut, korta kommentarer om vem som var bäst under kvällen och fortsatta spekulationer över vem som kommer att åka ut denna vecka.

Efter programmets slut, klockan 22.00 fram till midnatt, postades det cirka 700 inlägg på samma forum, även detta under en tvåtimmarsperiod och ytterligare cirka 170 inlägg fram till klockan 02.00 på lördagsmorgonen. Innehållet i dessa kommentarer är i stort sett detsamma som de övriga inläggen postade under kvällen, men besvikelser är mer förekommande och tydligare. Här följer några exempel på inlägg som postats efter programmets avslut:



Rabih.

Tove.



*"va fan?!? varför åker den med bäst röst i hela tävlingen
ut för? Jävla skit."*

*"Jag älskar Rabih han ska vinna idol 2009
:D han äger alla :D"*

"Erika har en fin röst! Rabih har ingen stake alls....?"

"Jag faller tårar med Erika! Du är bäst"

*"VAD ÄR DET FOLK SER I RABIH? Förstår verkligen
inte det ... klart sämst i idol denna säsong och alla tidigare
säsonger. Patetiskt att han får vara kvar!!!
Blir så jäkla förbannad."*

Varje vecka ser det i stort sett likadant ut. Det förekommer spekulationer om vem som kommer att vinna på fredagen, vem som kommer att åka ut, yttranden om vem som är bäst och så vidare.

På andra forum, till exempel på Ungdomar.se som kräver inloggning för att användare ska kunna delta i diskussioner och där forumanvändarna även har möjlighet att skapa egna diskussionstrådar, finns det tydligt kritiska röster som framstår mindre entusiastiska

än de vi kan se på TV4:s egna Idol-forum. Idol är ett samtalsämne som i förhållande till många andra diskussionsämnen i ungdomars liv, inte får speciellt mycket uppmärksamhet. Men det finns en del samtalsämnen som existerar på andra ställen på internet och som här upprepas för att väcka debatt bland användare som kan ha missat en aktuell händelse. Här finns bland annat en diskussionstråd där trådskaparen länkar till ett videoklipp på Youtube. Klippet visar en 13-årig flicka som blir intervjuad av en journalist. Intervjun handlar om flickans tankar och känslor när hon fick träffa Johan Palm, en av de medverkande som var med i Idol 2008. I videoklippet ser vi flickan som visar upprymdhet och talsvårigheter när hon ställs inför sin idol. Hon är gråtfärdig av lycka och betar sig förvirrat framför kameran. I videoklippet kan man i dialogen mellan reportern och flickan höra:

Reporter: "Vad betyder Johan för dig?"

Flickan: "Alltså, han betyder allt. Han betyder mer än någon annan gör för mig – mer än min familj och allting."

I klippet utstrålar hon emotionell intensitet och iver, inte helt olik det beteende som kan associeras med 1960-talets *Beatlemania*⁴. Efter första posten i diskussionstråden där klippet finns att se, följer en rad kommentarer på videoklippets innehåll postade av andra användare. Flickans uttalanden och beteende i videoklippet granskas, kritiseras och förlöjligas i diskussionstråden – vissa användare undrar om flickan är mentalsjuk och andra skriver att de känner att de skäms för henne. I vissa fall går det att i tråden läsa grova förolämpningar med könsord, men då inte enbart riktade mot flickan, utan även mot flickans idol: att han är ful, anspelningar på att han

⁴ *Beatlemania* är ett begrepp "to describe the fan frenzy particularly demonstrated by young teen girls directed toward The Beatles during the early years of their success." <http://en.wikipedia.org/wiki/Beatlemania>

skulle vara homosexuell eller att han ser ut som ett könsorgan. Vad som är intressant i detta fall är inte att den 13-åriga flickan i klip-pet knappt vet vad hon ska ta sig till, även om det har andra in-tressanta psykologiska implikationer, utan att videoklipppet används av ungdomarna själva som underlag för debatt inom communityn.

En annan tråd på Ungdomar.se, som har över hundra inlägg, handlar om huruvida Idol som koncept är passé eller inte. Trådska-paren ställer en initial fråga som inbjuder till diskussion, men som på många andra ställen på nätet där det förekommer individuella yttringar om Idol, så utgör inläggen i den här tråden på Ungdomar.se en serie personliga kommentarer snarare än en kritiskt granskan-de diskussion. Inläggen i tråden är korta och inte speciellt målande. Det finns ett och annat inlägg där användaren motsätter sig tanken att sluta titta på Idol, men majoriteten av svaren är olika varianter av medhåll samt enstaka yttringar om att Idol som program endast var intressant att titta på när det var nytt i svensk tv. Hela tråden signale-rar att det existerar en viss mättnad för Idol bland de ungdomar som vistas på denna community.

Ytterligare tre exempel på diskussionstrådar från 2008 på Ungdo-mar.se är trådar som handlar om vem av Idol-tjejerna som är mest attraktiv, en som handlar om Johan Palms utseende och en där tråd-skaparen anser att det inte finns någon poäng med Idol nu för tiden eftersom de som vinner inte släpper någonting i musikväg som är värt att uppmärksamma. Alla tre trådarna följer ett liknande mönster: en forumanvändare har skapat en tråd och postat en initial fråga för andra användare att svara på med egna kommentarer. De initiala frå-gorna är enkla, användaren presenterar även sin åsikt och frågar vad andra användare tycker. Svaren följer i regel samma mönster: i första tråden om Idol-tjejnarnas utseende och attraktionsnivå följer en rad inlägg postade av andra användare som innehåller deras personliga preferenser samt även inlägg där olika användare uttrycker raka mot-satsen, emellanåt blandat med både svordomar och grova ord, anting-en om samma idol som nämnts i första inlägget eller senare i tråden.

Samma mönster gäller för de andra två trådexemplen även om innehållet i sig skiljer sig. Trådarna har ett initialt inlägg, som för en utomstående ställer en relativt banal fråga varpå andra användare kliver in och uttrycker sin åsikt i ämnet. Det är korta svar på enbart en eller ett par rader där andra användare antingen visar sitt medhåll eller uttrycker personliga preferenser som visar på det motsatta. I den senare tråden om att det inte finns någon vidare poäng med Idol längre, kommenteras inte enbart den pågående Idol-tävlingen och de som medverkar i programmet, utan även medverkande från tidigare säsonger och deras varierande framgång i musikbranschen. Utifrån inläggen i den här tråden går det att trots delvis positiva kommentarer om tv-programmet skönja en tydligt sarkastisk ton hos många av användarna. Även i tråden om Johan Palm förekommer en hel del sarkasmer och grova ord och gränsen till personliga påhopp på andra användare som tycker olika tangeras ständigt.

På online-communityn Fanglobe.com finns det ett antal trådar som är tillägnade diskussioner och kommentarer om specifika medverkande i Idol. Här finns det separata diskussionstrådar om till exempel Erik, Tove, Calle och Reza som alla medverkande i Idol 2009. Men denna typ av trådar är inte på något vis unika för denna community, utan visar bara på en trend bland ungdomar som favoriserar en viss idol att starta en tråd för att hylla eller samla information om denne på ett visst ställe. På en internetcommunity är detta enkelt och ett sätt att hålla diskussionerna isär. Det blir även ett incitament för andra användare att visa sitt engagemang och synpunkter. Trådar på Fanglobe.com om specifika medverkande i Idol visar varierande engagemang hos medlemmarna i communityn och har allt från ett tjugotal inlägg till cirka hundra inlägg vardera. I dessa forumtrådar går det att hitta bilder på respektive idol, videoklipp där de uppträder, hyllningar från olika användare, lite samlad information om idolen, blandat med missnöje över att idolen inte presterade speciellt bra någon fredagskväll under en tv-sändning. Emellanåt uppträder en och annan dispyt mellan olika användare som tycker olika, till exempel

huruvida någon av de som medverkar i programmet sjunger falskt eller inte.

På Fanglobe.com finns det även en hel del röster som inte är lika bittra som många av exemplen ovan. En vanligt förekommande typ av inlägg på detta forum är när en användare postar en lista över de idoler som medverkar och som sedan antingen graderar dessa enligt personligt tycke, eller skriver en mer utförlig lista där de lämnar ett omdöme över de medverkande idolernas prestationer efter veckofinalen varje fredag. En sådan lista kan se ut som följer och är postad på Fanglobe.com av JS, en 18-årig tjej som mer eller mindre har följt Idol sedan första säsongen:

Tove (Sweet Dreams) – *Jag tyckte det var jättebra!*

Calle (Your Song) – *Bra, men blev lite uttråkad!*

Erik (MLWSWY) – *Sådär, Tyckte han förstörde den lite! INGEN slår originalet!*

Reza (You've got a friend) – *Fin röst, men tråkigt låtval!*

Mariette (Ängeln i rummet) – *Wow, hon sjöng jättebra på svenska!*

Tove (Himlen är oskyldigt blå) – *Så fint och så duktig på att spela piano!*

Calle (To be with you) – *Lät lite ansträngt!*

Erik (Always) – *Mycket bättre än förra framträdandet!*

Reza (When I need you) – *Det var fint!*

Mariette (Time of your life) – *Bra, men lite tråkigt!*

Listor som dessa, eller listor där en användare postar namn på sina favoriter i fallande ordning, förekommer med jämna mellanrum både på detta forum och på TV4:s Idol-forum. Syftet är helt enkelt att visa för andra vad man tycker och listorna erbjuder andra användare ett underlag för diskussion där olika användares omdömen kan jämföras och kritiseras.

Företeelser som liknar de som finns på Ungdomar.se och Fanglobe.com finns även på Facebook. Men här finns en tydlig skillnad.



Mariette.

Även om dessa tre interaktiva plattformar har relativt lika förutsättningar för virtuell dialog mellan användare så har Facebook en intressant funktion: att användare kan skapa intressegrupper. Detta är jämförbart med att skapa en tråd på ett diskussionsforum, men en intressegrupp har ett tydligare definierat syfte och användare som är med i en intressegrupp visar sitt ställningstagande enbart genom sitt medlemskap i den. I denna bemärkelse kan en passiv deltagare fortfarande visa sitt stöd för en specifik idé utan att behöva posta ett enda inlägg.

På Facebook finns det en uppsjö av olika intressegrupper. Likt "Idol-trådarna" på Fanglobe.com där det finns en tråd om i princip varje specifik idol, så finns det på Facebook en rad olika "fanclubs" för de olika medverkande. Vissa grupper är små med bara några hundra medlemmar medan andra har flera tusen. Här finns också fansites för Erik, Calle, Tove, Reza, Mariette och flera andra som medverkat i Idol även tidigare säsonger.

Möjligheten att kunna skapa intressegrupper på Facebook genererar även möjligheten att som användare gå med i dem. Det huvudsakliga syftet är då att visa sympati för gruppskaparens ställningstagande i en fråga, till exempel vilken av de medverkande som är bäst. Detta ger även personer som tidigare varit engagerade i Idol att med några knapptryckningar kunna visa sitt missnöje över hela programserien när deras favorit har röstats ut. Det är inte ovanligt att uttrycka sitt starka missnöje över hela Idol när någon har röstats ut. Detta är tydligt på TV4:s Idol-forum och en ständigt återkommande reaktion hos många användare. En lämplig parafra är: "Jaha, nu när X är utröstad så är det ingen mening med att kolla på Idol längre." Ett målande exempel på denna företeelse är en intressegrupp på Facebook som startades efter att Tove Östman Styrke åkte ut i semifinalen 2009, där skaparen av gruppen uppmanar andra Tove-fans att bojkotta hela Idol-finalen. Gruppen har drygt 120 medlemmar som främst passivt visar sitt stöd för idén.

Denna Facebook-grupp är ett exempel på samma fenomen som

kommentarerna på TV4:s Idol-forum om uppgivenhet och besvikelse över utröstade idoler. I det här fallet så har gruppskaparen tagit ett steg längre. Det är inte enbart ett starkt emotionellt uttryck, det ligger även till grund för en kollektiv kampanj för att bojkotta Idol-finalen (jfr Kozinets & Handelman, 1998). En person upplever Idol som värdelöst utan Tove och andra användare går med i gruppen för att visa att de gillar idén och stödjer kampanjen.

Känslor och sociala behov

Exemplen ovan är få till antalet i förhållande till hur mycket det pratas om Idol online, men dessa exempel visar tillsammans med övriga observationer på en trend. Det är tydligt att den primärt motiverande faktorn till engagemanget i diskussioner och kommentarer om Idol är knutet till den enskilde individens känslor. Det finns i det här sammanhanget en lång rad olika saker som kan utlösa emotionellt underbyggda yttringar: idolernas utseende och utstrålning på scen, deras sångröst och övriga musikaliska talanger, idolernas framförda musikstycken, deras klädsel, frisyr och smink, juryns medlemmar och deras bedömning av de medverkande, deras påstådda favorisering av vissa deltagare, deras påstådda kunnighet eller okunnighet och även publikens reaktioner eller till och med andra forumanvändares egna åsikter. Detta betyder inte att de påstående och åsikter om någonting Idol-relaterat som presenteras i trådar på diskussionsforum saknar rationell grund. Vad som dock framstår tydligt är att programformen som sådan, med starka hörbara och visuella intryck, tenderar att medföra ett starkt emotionellt gehör hos de personer som upplever dem.

Det finns även röster i den virtuella världen som uttrycker sig negativt om hela Idol som programidé, där somliga hävdar att TV4 fiffjar med röstningsresultaten och att Idol är ett kommersiellt jippo med undermeningen att TV4 utnyttjar unga människor vars emo-



tionella och euforiska tillstånd påverkar deras förmåga att tänka rationellt och därmed gör dem sårbara inför lockelsen att spendera pengar på att sms-rösta med mobiltelefonen. Men även sådana konspiratoriska teorier visar att många människor som yttrar sig negativt om Idol, i hög grad gör det på emotionella grunder.

Oavsett inställning till Idol har tittarna det gemensamt att programmet som fenomen fungerar som en samlingsplats, det vill säga att det erbjuder människor ett gemensamt samtalsämne, en gemensam referenspunkt i tillvaron. Internet som kommunikationsmedel är en utomordentligt bra plattform att sprida sina åsikter och göra sin röst hörd på. Det som olika människor säger helt öppet på internet om Idol blir kvar i offentligheten och blir således i sig någonting att kommentera eller ha synpunkter på. På internet, i offentliga rum som diskussionsforum och andra sociala plattformar, är det tydligt

att ungdomar inte tvekar över att dela med sig av sina personliga upplevelser och känslor. Att öppet blotta sin sinnesstämning tillsammans med sina åsikter inför andra, ibland helt okända människor, i en diskussionstråd eller användargrupp, är ingenting konstigt, utan är snarare någonting fullkomligt normalt och i vissa fall även någonting som förväntas. Responsen från andra som antingen håller med eller ställer sig på tvären och använder minst lika många versaler och utropstecken, bekräftar således normen att utväxling av ytt-ringar med stor emotionell intensitet är ok. Känslor, attityder och åsikter, som traditionellt betraktats som någonting väldigt personligt och som man vanligtvis bara delade med sina närmaste vänner, blir på nätet i dessa sammanhang ett slags valuta i jakten på bekräftelse och ger i sin tur även ett existensberättigande inom communityn.

Olika nivåer av engagemang

De personer som inom Idol-communityn använder olika interaktiva plattformar för att kommunicera sina tankar om Idol med andra, går att grovt dela in i fyra olika grupper, definierade av Kozinets (jfr Beckmann & Langer 2005). Dessa är "turister", "minglare", "entusiaster" och "insiders" och hänvisar till dels den nivå av engagemang som personerna på de olika diskussionsplattformarna visar och dels hur starka sociala band användarna har mellan varandra. "Turisten" är en person som tillfälligt tittar in i aktuella diskussionstrådar för att i förbifarten lämna sitt avtryck i diskussionen utan att stanna kvar och observera vad som händer därefter. Denne har inga eller svaga sociala band till övriga användare. "Minglaren" är en person som vistas i det digitala rummet där pågående diskussioner förekommer och har fler och starkare sociala band till andra användare och som emellanåt lämnar sina egna synpunkter på ämnet i fråga, utan att nödvändigtvis vara speciellt intresserad. "Entusiasten" och "insidern" är de två kategorierna av användare som är mest aktiva i de på-

gående diskussionerna. Det som i huvudsak skiljer "entusiasten" från "insidern" är att "entusiasten" inte har lika starka sociala band till de övriga i communityn.

Alla dessa kategorier går att finna på samtliga observerade interaktiva plattformar där Idol förekommer som samtalsämne. Vissa är dock mer framträdande än andra beroende på vilken plattform det är. Till att börja med så medför TV4:s Idol-forum på grund av sin struktur och kravlösa identifieringsprocess att engagerade människor tenderar att töja på gällande normer om vårdat språk och uppförande. Här kan användare skriva i stort sett vad som helst, i alla fall inom lagens gränser, utan att behöva tänka på några nämnvärda konsekvenser. Är inläggen som postas opassande så raderas de av forumets moderatörer utan förvarning eller varning om bannlysning från communityn. Här vistas främst "turister" och "entusiaster" eftersom forumets struktur och individernas höga anonymitetsnivå gör det svårt för dem att engagera sig och skapa och upprätthålla sociala band. De som syns och "hörs" mest är personer som engagerar sig i ämnet Idol och som visar tydliga tecken på upprymdhet och salighet i sina yttranden.

På Ungdomar.se figurerar främst "minglare" och "entusiaster". Forumets struktur är bättre anpassat för sociala band men det är inte i första hand avsett för att diskutera just Idol, utan snarare för att ge information och vara en allmän social nätverksplattform för ungdomar att vistas på. Här finns det engagerade Idol-tittare, men den mängd kritiska röster som förekommer bland ungdomar som har andra intressen visar att man samtidigt skapar gemenskap genom att markera hur fjäntigt man tycker att Idol är. Allmänt ointresse, arrogans och rebelliskt beteende bland ungdomar kryddar Idol-diskussionerna med ironi, sarkasmer, svordomar och könsord.

Diskussionsforumet Fanglobe.com engagerar unga människor som har ett allmänt musik- och/eller filmintresse och har av denna anledning en högre grad av Idol-intresserade användare än Ungdomar.se. Här cirkulerar många "entusiaster" och "insiders", varvat med

en och annan ”minglare”. Forumets struktur har samma förutsättningar för social interaktion och social sammanhållning som Ungdomar.se. Men eftersom musik är ett ganska vanligt förekommande ämne på Fanglobe.com och Idol är en del av det, så förekommer här mer intensiva diskussioner och argumentationer om olika aspekter av Idol än vad det gör på Ungdomar.se. Användarna har fortfarande olika åsikter och klagar en hel del på varandras smak och tycke, men den högre graden av musikintresserade individer generellt gör pågående diskussioner om Idol mer nyanserade.

På Facebook finns alla kategorier, men de mest framträdande är ”minglaren” men även ”insidern” som har starka sociala band och ett brinnande intresse för Idol. Facebook som interaktiv plattform erbjuder användarna enastående förutsättningar för sociala grupperingar och social sammanhållning. Idol är ett hett ämne även här och användarna på denna plattform har stora möjligheter att inte bara säga vad de tycker, utan även att skapa nya samtalsämnen och kampanjer som sträcker sig utanför den innersta cirkeln av bekantskaper. Här kan grupperingar formas efter både intresseämne och sociala relationer och båda kan överlappa varandra. Kraven på registrering och vetskapen att det sociala minglet sker bland människor i varierande åldrar medför ett mer moderat språkbruk, men uttrycksformerna stannar inte vid enbart text eller bild, utan åsikter uttrycks även genom allianser med andra människor som redan presenterat en idé till exempel i form av intressegrupper. Här finns, som vi har sett, även personer som har mer radikala idéer och åsikter – personer som både står för dem och som även lyckas influera en mängd andra användare till att visa sitt stöd.

Vad som framstår vara gemensamt för alla är det grundläggande behovet att, med varierande intensitet, tala om för andra: ”Det här är vad jag tycker.”

Slutdiskussion

Vad handlar programmet Idol om egentligen, förutom att vara ett underhållande tv-program? Den frågan ställde vi oss innan vi studerade och pratade med barn och ungdomar och analyserade vad som händer på nätet. Det är tydligt att programformat som Idol betyder mer än bara underhållning för stunden. De har en långt vidare betydelse för hur man upplever och agerar i vardagen.

Idol är ett populärt program bland de unga. Det är ett program som samlar familjen (eller delar av familjen) under fredagskvällen. Upplevelsen av att ha "fredagsmys" kan i många fall vara viktigare än vilket program man faktiskt tittar på. Men program som lockar både de yngre och de äldre innebär att fler i familjen fredagsmyser och Idol är just ett sådant program. Tv:ns funktion som lägereld är stark bland barn och ungdomar.

Flertalet av ungdomarna i denna studie, vilket också kommer till uttryck på de forum vi följt, tycker dock att programmet börjar bli "tjatigt", lite tråkigt och mindre spännande. Tv-tittare förslöas knappast framför tv-apparaterna utan får snarare en alltmer utvecklad smak och känsla för just tv-program, de blir helt enkelt "bättre" tv-tittare. Och att toleransen gentemot tv-program som inte bjuder på nyheter och variation minskar är tydligt; det som inte "förnyas" med överraskande moment och nya inslag "dissas" snabbt (jfr Nussbaum 2009).

Förutom att vara ett tv-program man gärna samlas kring är Idol ett tydligt exempel på hur ett program genom medieteknologier används av unga i en identitetsprocess. Här får man en handfull idoler att välja mellan och spegla sin egen identitet mot, och genom de olika

medieplattformarna där Idol diskuteras får man möjlighet att kanske delta eller bara passivt konsumera vad andra tycker och tänker. De unga upplever sig nästan "känna" sina idoler genom att de möter dem till stor del även genom andras ögon i olika sammanhang i olika medieformer. Tydligt är att interaktion både upprätthåller, stärker och vidgar sociala relationer och den egna identitetsutvecklingen.

Förnedring eller normaliserad privat offentlighet?

En märkvärdig frihet tycks vara friheten att få förnedra andra. Tv-programmet "Idol" är en av föregångarna i att lansera förnedringstemat. Den genren erbjuder förebilder till förnedringsfriheten... Förnedringsfriheten ligger nära friheten att få ta för sig. Man behöver inte bry sig om andra utan kan prioritera sina egna behov.

LINDBLAD OCH LINDGREN 2009:127

Citatet ovan kommer från barnläkaren Carl Lindgrens och barn- och ungdomspsykiatern Frank Lindblads bok *Välfärdslandets gåta. Varför mår barnen inte lika bra som de har det?* och refererar till deras resone-mang kring Erich Fromms bok *Flykten från Friheten* (Fromm hävdade att de ökade förväntningarna på individen att självförverkliga sig snarare tycks bli en börda än en frihet i det moderna samhället, se Fromm, 1945). Författarna Lindgren och Lindblad kopplar Idol till friheten att få förnedra andra och detta är ett tydligt exempel på hur olika generationer kategoriserar och upplever ett programformat som Idol. Begrepp som "förnedrings-tv" hör definitivt till äldre generationer och skiljer sig stort mot hur yngre människor kategoriserar den här typen av program.

Utröstning och elaka kommentarer från en jury är självklara delar i många program idag vilket innebär att man inte direkt reagerar. De unga mediekonsumenterna har växt upp i en mediekultur där det är vanligt med denna typ av program. Men vad som påpekats av några

ungdomar i intervjuerna är att det kan vara värre att bli utröstad av sina kompisar, som till exempel i programmet *Robinson*, än av en professionell jury vars jobb är att vaska fram guldkornen. Men begreppet förnedrings-tv tappar stadigt relevans eftersom utröstningar och hårda omdömen idag ses som ett naturligt inslag i tävlingsprogram och upplevs därför inte speciellt förnedrande, i alla fall inte sett ur de yngre konsumenternas perspektiv. De har ett mer likgiltigt förhållningssätt till fenomenet i och med vad vi kan se som en normalisering av dokusåpaliknande underhållningstemata i visuella media. De ungdomar som intervjuades menar att utröstningsprogrammen är som livet i stort:

Julia säger att det är som i vardagslivet och förklarar att utröstningen oftast sker om någon är annorlunda. "I Robinson var någon lite annorlunda i början och blev utröstad snabbt. Det är lite som de som säger annorlunda saker, de blir utanför i samhället. Det är som gäng och grupper i skolan." Markus håller med. I skolan "ska man ha rätt stil", säger han. Julia tillägger att de som inte har rätt stil blir placerade i ett fack eller kommer utanför.

En annan anledning till att utröstningsprogram som *Idol* inte upplevs som "förnedring" av de yngre kan vara att dagens medieteknologier innebär flera former av kommunikation. Språket och tonen i de mer ickepersonliga medierna, alltså där man inte möter en annan människa öga mot öga, är ofta hårdare och råare än det som sker IRL. Det publika, eller offentliga samtalet på internet är inte på samma sätt påverkat av en annan människas omedelbara reaktioner i form av ansiktsuttryck, tonläge, ögonkontakt och så vidare och har till viss del därför förlorat vanlig mänsklig hövlighet. Här är det bara det skrivna ordet och olika ikoner som blir grunden för hur man uppfattar och tolkar det man är delaktig i.

På många "platser" på nätet där ungdomar vistas råder en rå och sarkastisk ton, detta gäller inte minst TV4:s eget *Idolforum*. Den

högre graden av anonymitet bidrar till möjligheten att kunna uttrycka sig på ett råare sätt än vad man annars skulle göra. Det är inte bara oenigheter mellan olika användare och besvikelser över att någon av idolerna åkte ut som uttrycks med grova ord, versaler och mängder av utropstecken, även glädjeuttryck och förhoppningar uttrycks på liknande sätt. Det emotionella är som tidigare påpekats ett vanligt inslag i samtidens underhållningsprogram och speglas även tydligt i interaktionen mellan de personer som engagerar sig och kommenterar Idol online. Utröstning och kritiska, ibland elaka kommentarer har blivit vanligt i olika tv-programgenrer och det är inte konstigt att detta även går att avläsa i andra vardagliga sammanhang i barn och ungdomars liv. För de yngre konsumenterna som växer upp med denna typ av tv-program och tillbringar mycket tid på nätet har detta blivit någonting ”normalt”.

Att försöka förstå barn och ungas konsumtion av vad äldre generationer valt att kategorisera som ”förnedrings-tv” handlar om att förstå ett specifikt programformat och hur det konsumeras och upplevs ur de ungas perspektiv. För barn och unga är inte Idol ett ”förnedringsprogram”. Idol bygger på ett koncept som idag är något ”normalt”, att ge sig in i leken innebär också att man kan bli utröstad, det vill säga att man ska leken tåla. Femtonåriga Annas uttalande, att de vuxna ”hejar på fel sätt, de hejar på ett vuxet sätt”, belyser tydligt hur viktigt det är att tolka fenomen och hur de upplevs av olika åldrar utifrån dess specifika samhällliga och kulturella sammanhang.

Möjligheternas tidsepok – eller alla kan ”lyckas”

”Det är en stor möjlighet att Idol finns”.

ANNA 15 ÅR

Anna tycker mycket om Idol. Hon har följt tidigare säsonger samt denna och säger att programmet är ”jättebra”. Hon tycker även att ”det är kul att personer från lägre samhällsklasser får visa vad de går för, att de får en chans”. Annars är det svårare att bli känd. Anna är inte ensam om den här uppfattningen – den är snarare ganska vanligt förekommande hos alla barn och ungdomar i den här studien. Signaturen JS skriver i en diskussionstråd på ett nätforum att ”om jag hade en sångröst skulle jag söka”. Attityden hos JS är inte ovanlig bland ungdomar. Tanken att faktiskt medverka själv är inte främmande.

Vi lever i en kändiskultur och idag är det en självklarhet att kunna vara med i tv och bli känd och framgångsrik. Så upplevs verkligheten, i alla fall av de unga som konsumerar program som Idol och andra reality-format. Även föräldrar idag har stora ambitioner, barn uppmuntras intensivt i sitt sång-, dans- och/eller sportutövande. Idag är barn ”ett projekt”, barnen ska inte bara vara, de ska bli något (Lagercrantz 2009). Hos dagens föräldrar finns stort fokus på att de måste stimulera sina barns förmågor och talanger. Bengt Sandin, professor vid Tema Barn vid Linköpings universitet, säger att livet för föräldrar idag går ut på att ”maxa och exploatera talanger i barnets liv” (ibid). Detta var något vi såg i en del familjer där vi genomförde etnografiskt fältarbete. Där fanns flera föräldrar som medvetet eller omedvetet bekräftade och/eller styrde sina barns ”talanger” – ett exempel är Gustavs mamma, som avslutade samtalet mellan Gustav och hans lillebror så här:

Gustav: Jag kanske måste börja spela något instrument om jag ska kunna bli med i nåt av programmen...

Lillebror: Jag ska vara med i Talang... då ska jag trola...

Gustav: Nej jag ska vara med i Idol... helst, Talang om jag inte kommer med i Idol, men det hänger ju på att jag lär mig spela något instrument...

Lillebror: Idol är töntigt...

Mamma: Jamen det är ju en jättebra målsättning, om du börjar spela nu och kan söka till Idol om några år...

Vi lever i en tid där de basala behoven är tillfredsställda. Vi kämpar inte längre för att överleva, att få mat för dagen och tak över huvudet. Nu strävar vi efter att känna/uppleva "lycka". Vi ska vara "lyckliga" eftersom vi lever i en värld där alla kan "lyckas". Vi ifrågasätter ständigt om vi är tillräckligt nöjda och "lyckliga" eller om vi är tillräckligt "lyckade". Det är inte konstigt att vi i en samtid av så höga förväntningar också känner oss "misslyckade" om vi inte känner att vi är "lyckade" – och lyckliga. Stefan Klein skriver i boken Lyckoformeln att depressioner ökar påtagligt i vår del av världen: "Unga människor lever idag med en tre gånger så hög risk att drabbas av en svår depression jämfört med för tio år sedan" (2002:17, jfr Lindblad och Lindgren 2009). I en tid där alla kan "lyckas", vilket vi ju ser på tv, på Idol bland annat, ökar också förväntningarna. Och med ökade förväntningar ökar också besvikelserna. Drömmen om framgång är en illusion för det stora flertalet. Frågan är vad det får för konsekvenser eftersom det är "i skärningspunkten mellan drömmarna och den sociala realiteten som identitet skapas" (Johansson 2006:216).

Men livet på nätet kan till viss del bli en brygga mellan drömmar och verklighet.

... tillvaron på nätet kan användas för att realisera de önskingar man ej kan tillfredsställa i vanliga livet. Vill man bli en rockstjärna kan man vara det på nätet, utan att någon egentligen kan kontrollera det.

LALANDER OCH JOHANSSON, 2002: 202

Citatet ovan beskriver delvis vad barn och ungdomar använder nätet till. Men det är en ganska förskönad bild av vad som pågår där, i alla fall om man jämför med de observationer som gjorts i den här studien. Nätet kan användas till att realisera önskningar och drömmar, men vad som pågår på nätet är mer ett kontinuerligt postande av hyllningar och kritiska yttringar, påståenden som visar vad man tycker och känner. Aktiviteten på nätet handlar med andra ord snarare om att "hålla drömmarna vid liv" än att nödvändigtvis realisera dem. Ungdomar behöver någonting som upplevs vara betydelsefullt, en mängd sammanhängande symboler som ger mening i den annars kanske inrutade och gråa vardagen. Utan mening i livet finns ingen livsglädje eller "lycka", men kan man följa andra människors framsteg i en tv-såpa och identifiera sig med en idol som påverkar ens emotionella tillstånd på ett betydelsefullt sätt, så känns det meningsfullt.

Referenser

- Almer, S. 2009. Intäktsfesten "Idol 2009". Dagens Media, nr. 21, 2009.
- Beckmann, S.C. & Langer, R, (2005), "Netnography: Rich insights from online research", in Insights@CBS, nr. 14, 6. september 2005: <http://frontpage.cbs.dk/insights/670005.shtml>
- Borgström, M. (2002), *Ungdomar: Sociokulturell identitetsutveckling och idolors betydelse för skapandet av deras identitet*. I A. Banér (red.) Idol Image Identitet. Stockholm: Stockholms universitet, Centrum för barnforskning.
- Christian, B. 2008. "American Idol" – lessons in innovation. PDMA Visions Magazine, December 2008.
- Cwejman, S 1994. *Kvalitativa metoder i ungdomsforskningen*. I Fornäs, J., U. Boethius & S. Cwejman, Metodfrågor i ungdomskulturforskning. FUS-Rapport Nr 1. Stockholm: Symposium Bokförlag.
- Ehn, B. & O. Löfgren 1996. *Vardagslivets etnologi. Reflektioner kring en kulturvetenskap*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Eriksson, Å. 2007. I Idolvinstens konfetti och kamerablixtar: Idol-Agnes vs Idol-Markus. En kritisk diskursanalys av hur kvinnlig respektive manlig vinnare representeras i bevakningen av Idol 2005 och 2006. C-uppsats, Medie- och kommunikationsvetenskap, Luleå tekniska universitet.
- Frisén, A. 2006. *Kropp, utseende och sexualitet*. I A. Frisé & P. Hwang (red.) Ungdomar och identitet. Stockholm: Natur och Kultur.
- Fromm, E. 1945. *Flykten från friheten*. Stockholm: Natur och Kultur.

- Grusin, R. 2009. *YouTube at the End of New Media*. I P. Snickars & P. Vonderau (red.) *The YouTube Reader*. Stockholm: Mediehistoriskt arkiv 12.
- Ito M., H. Horst m fl 2008. *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. The John D. And Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning, November 2008.
- Johansson, B. 2000. *Kom och ät! Jag ska bara dö först ... Datorn i barns vardag*. Göteborg: Etnologiska föreningen i Västsverige 31.
- Johansson, T. 2006. *Att skapa sin identitet: Ungdom i ett posttraditionellt samhälle*. I A. Frisé & P. Hwang (red.) *Ungdomar och identitet*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Klein, S. 2002. *Lyckoformeln*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Kozinets, R.V. and Handelman, J. (1998), "Ensouling Consumption: A Netnographic Exploration of the Meaning of Boycotting Behavior", in Alba, J. and Hutchinson, W. (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 25, Association for Consumer Research, Provo, UT, pp.475-480.
- Lagercrantz, A. 2009. *Barnet som projekt en del av tidsandan*. Svenska Dagbladet 2009-05-16.
- Lalander, P och T. Johansson, 2002. *Ungdomsgrupper i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.
- Lindblad, F och C. Lindgren. 2009. *Välfärdslandets gåta. Varför mår barnen inte lika bra som de har det?* Stockholm: Carlssons bokförlag.
- Melanson, M. 2010. *Generation M2: Understanding the Multimedia Teen*. Read Write Web. http://www.readwriteweb.com/archives/generation_m2_understanding_the_multimedia_teen.php
- Nussbaum, E. 2009. *When TV became art*. New York Magazine <http://nymag.com/arts/all/aughts/62513/#ixzz0ZltR07QU>
- Tengner, A. 2008. *Idol – Boken*. Stockholm: Schibsted Förlagen.



Erik.

Medierådet är ett kunskapscentrum om barns och ungas medievardag. Vårt uppdrag gäller alla rörliga bildmedier; internet, data-spel, film och tv. Syftet är att stärka barn och unga som mediekonsument, att minska riskerna för skadlig mediepåverkan samt att öka förståelsen för barns och ungas kreativitet och aktiviteter på internet. Medierådet är en kommitté inom Regeringskansliet.

Programkonceptet **Idol** har erövrat kontinenter som familjeunderhållning på bästa sändningstid. I Sverige drar programmet miljonpublik varje fredagskväll. Hur uppfattar barn och unga programmet? Lider de med dem som blivit utskällda eller gläds de med de segerrika? Vad är det som avgör vilken av deltagarna som man har som favorit? Hur går tittandet till och vilken roll spelar kvällstidningar och Idol på nätet? Dessa frågor och många andra har undersökts i denna rapport.