



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

# **“Om du gör så här kommer killen att älska dig” -**

En intervjustudie om unga tjejers sexuella  
självuppfattning och TikTok

**Jessica Johansson & Henny Nerin**

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

# Abstract

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	MK1501
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt/2022
Handledare:	Malin Sveningsson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson
Sidantal:	53
Antal ord:	17 749
Nyckelord:	TikTok, Sexual Self Concept, Media Practice Model, Sexuell Självuppfattning, Identitet, Unga Tjejer, Algoritm, Sexuell Mediesocialisering

---

Syfte:	Syftet med den här studien är att utifrån teorier om sexuellt identitetsskapande undersöka unga tjejers upplevelse och erfarenhet av sexuellt innehåll på TikTok och vad det kan säga om deras sexuella självuppfattning.
Teori:	Media Practice Model (Steele & Brown, 1995), Sexual Self Concept (Hensel m.fl, 2010)
Metod:	Kvalitativa semistrukturerade intervjuer
Material:	Studien bygger på transkriberingar av tre parintervjuer och tre enskilda intervjuer med totalt nio tjejer åldrarna 16-23
Resultat:	Resultaten visade att intervjupersonerna exponerades för flera mediebudskap om hur de ska bete sig, se ut och navigera romantiska och sexuella relationer. De stötte på mediebudskap som innehöll hjälpsam såväl som missvisande information som de antingen accepterade eller avvisade. Intervjupersonerna uttryckte en oro för att den missvisande informationen kunde ge unga utan tidigare sexuell erfarenhet en felaktig bild av sex, vilket samstämmer med tidigare forskning. Utöver det hittade vi indikationer på att sexuella mediebudskap både kunde försvaga och stärka sexuell självförtroende. Sexuellt självförtroende verkade öka då TikTok möjliggjorde normalisering av deras egen lust, var en inspirationskälla och hjälpte dem diskutera sex med vänner och partners. Det sexuella självförtroendet verkade minska när intervjupersonerna tog del av sexuellt medieinnehåll de inte kunde identifiera sig med. Våra resultat samstämmer med tidigare forskning om att TikToks algoritm återspeglar identiteten tillbaka till användaren. Våra fynd indikerar att appens "For You Page" kan användas för att bekräfta och förstärka ungas redan existerande sexuella självuppfattningar, oavsett om de är positiva eller negativa. Detta är av vikt då tidigare forskning visat på en koppling mellan ungas sexuella självuppfattning och deras sexuella hälsa.

## **Tack till**

Vår handledare, Malin Sveningsson som stöttat vår idé och varit uppmuntrande under hela processen.

Våra intervjupersoner som med kloka insikter och resonemang gjort den här studien till vad den är.

## Executive summary

TikTok is a social media platform centered around short user-produced video clips. It is one of the biggest social media platforms in the world with one billion active users, the majority of which are made up of young people. In Sweden most users are under the age of 24 and most of them are girls. The difference between TikTok and other social media like Instagram and Facebook is that the content is highly personalized based on algorithmic calculations. Previous interaction, such as liking, commenting, or sharing content, presents the user with what new research terms The Algorithmized Self, a reflection of one's own identity through the algorithm (Bhandari & Bimo, 2022). Furthermore, the app is ripe with sexual content, where sex-ed, nudity, tips about sexual activity and dating are common. Previous research has shown that the media is an influential aspect of young people's sexual socialization (Shafer m.fl, 2013). Media presents sexual scripts of favorable and unwanted behavior that the young person internalizes and uses in their everyday life, TikTok is no exception. Furthermore, previous research has shown that girls, when discussing their sexuality online, tend to focus on how to please men (Grisso & Weiss, 2005). Women also tend to accept information about male sexuality more easily since they do not have that experience themselves (Ward & Rivadenyra, 1999).

Interviews were conducted with nine Swedish females in the ages between 16 and 23 performed in groups of two or separate. Through this we hoped to gain insight into young women's experience of sexual content on TikTok and what it says about their sexual self-concept. All interviews were conducted with two interviewers and were recorded and transcribed. Theories used in development and analysis of the study were Media Practice Model (Steele & Brown, 1995) and Sexual Self Concept (Hensel et al. 2010). The choice to focus on only young women's sexual self-concept is based on previous research that shows that women's sexuality long has been a subject surrounded by taboo and controlled by other than the woman herself. Social media has also been found to act as a safe space for women to discuss and discover aspects of their sexuality that they cannot do in real life.

The results of this study show that the interviewees were exposed to several media scripts about how to behave, look and navigate to succeed in romantic relationships and sexual encounters. They were presented with both helpful and truthful as well as misleading information which they either accepted or rejected. The interviewees expressed a concern that

this false sexual information could mislead young people without any previous sexual experience. Previous research has shown that young people more easily accept sexual media messages about things they do not have personal experience of, which we also found signs of in this study. In addition to this, we discovered indications that sexual media messages on TikTok could both weaken and strengthen sexual esteem. Interviewees with strong sexual esteem stated that they would question themselves in a sexual context when they were confronted with sexual media models or messages they could not identify with. On the other hand, sexual esteem seemed to increase by TikTok enabling normalization of their own sexual desires, act as inspiration and helped them discuss sex with friends and partners.

Our results align with previous research that TikTok's algorithm reflects identity back to the user. Our findings indicate that the app's "For You Page" might be used to confirm and reinforce young people's already existing sexual self-concepts, whether they be positive or negative. This is of importance since research has shown a connection between sexual self-concept and young people's sexual health.

# Innehållsförteckning

Inledning.....	1
Bakgrund .....	4
Interaktiva medier.....	4
TikTok.....	5
Tidigare Forskning .....	8
Tjejs sexualitet på sociala medier.....	8
Sociala medier som fristad .....	9
Medier och ungas sexuella socialisering .....	10
Teori .....	13
Media Practice Model .....	13
Sexual Self Concept .....	15
Syfte och frågeställningar.....	19
Metod .....	20
Metod och design .....	20
Urval.....	20
Utformning av intervjuguide .....	21
Datainsamling.....	22
Databearbetning.....	23
Analys.....	24
Forskningsetiska överväganden.....	25
Metoddiskussion.....	26
Validitet.....	26
Transparens .....	27
Etik .....	28
Studiens resonans och forskningsbidrag .....	28
Resultat.....	30
Övergripande motivationer.....	30
Inläring och att balansera mediebilderna.....	31
Relaterbarhet och romantiska relationer.....	36
Sexualisering och den feministiska tolkningsramen .....	40
Slutsatser .....	46
Diskussion .....	50
Reflektioner kring studien .....	51
Fortsatta studier .....	53
Referenser.....	54
Bilagor.....	60
Bilaga 1 Intervjuguide.....	60

## Inledning

Under tonåren utvecklas människans sexualitet som mest, familj, vänner och medier är alla bidragande faktorer i denna sexuella socialisering. De presenterar önskvärt beteende och korrigerar det icke-önskvärda (Hensel m.fl., 2010). Mediers normerande effekt på människan har studerats sen tidigt 1900-tal då industrialiseringen födde massmedier och filmindustrin (Sullivan:2013:26-27). Sedan dess har massmedierna utvecklats och digitaliserats till allt större del. Detta har också inneburit en förändring av publiken, från en massa av konsumenter till en alltmer individualiserad, där gränsen mellan konsument och producent är allt suddigare. Den digitaliserade medieanvändaren närmar sig alltmer det Bruns kallar för produser (i Sullivan, 2013:215), en användare som är lika mycket producent som konsument.

De nya digitala medierna lägger fokus på interaktivitet, användaren blir producent och konsument av såväl vardagligt som sexuellt innehåll. En av de plattformar som präglas av just denna interaktivitet är TikTok. Eftersom TikTok har ett mycket personligt anpassat flöde och en hög grad av interaktion går det att utläsa identitet och självuppfattning utifrån denna användning. I och med att TikTok till stor del används av unga och sexualitetens utveckling främst sker i ungdomen blir det av intresse att studera hur den sexuella självuppfattningen uttrycks i ett interaktivt och användarbaserat socialt medium.

Forskare inom fältet har uttryckt att forskningen kring ungas sexualitet har haft ett alltför smalt fokus på sexuella problem, riskbeteenden, tonårsgraviditeter och könssjukdomar (Deutsch m.fl. 2013:932-933). En bredare definition av sexuell identitet är den sexuella självuppfattningen, en modell som inom forskningen har olika definitioner (Deutsch m. fl., 2013). Sexual Self Concept eller översatt sexuell självuppfattning är en del av ett större forskningsfält om människans Sexual Selfhood. Sexuell självuppfattning är det begrepp som har mest forskning i ryggen inom fältet och brukar definieras som hur individen uppfattar sig själv som en sexuell varelse. Ungas sexuella välmående inbegriper många aspekter och det är viktigt att utföra forskning som har en mer multidimensionell syn, som undersöker de olika delar som gör att unga utvecklar en hälsosam syn på sitt sexuella jag (O'Sullivan m.fl. 2006:139 ; Rostosky m.fl. 2008:277). Tidigare forskning visar på att det finns ett samband mellan den sexuella självuppfattningen och ungas sexuella beteende och attityder. Den kan påverka kondom användning, sexualdebut och självförtroende (Bleakley m. fl., 2008;

Breakwell & Millward, 1997; Pardun m. fl., 2005; van Oosten m.fl., 2015; Winter, 1988; Wright, 2011; Young & Jordan, 2013).

Shafer m. fl (2013:33–34) identifierar en forskningslucka i hur ungas sexuella socialisering sker i det nya medielandskapet. De efterfrågar kvalitativ forskning som undersöker hur unga inkorporerar sexuellt medieinnehåll i sina liv för att förstå vad det gör med deras meningsskapande. I ett samhälle där man växer upp omringad av medier dygnet runt, både som konsument och producent, menar Shafer m.fl. (2013) att det behövs större kunskap om publikskapat sexuellt innehåll och effekten detta har på unga.

Få studier har utförts på appen TikTok men de som har utförts pekar på att appens design och användarnas upplevelser skiljer sig från andra sociala medier så som Instagram, Twitter och Facebook (Bhandari & Bimo 2022: 5; Schellewald, 2022:4). På tidigare sociala medier ligger det ett större fokus på att användaren själv väljer det innehåll den vill ta del av genom att följa specifika kreatörer och personer. På TikTok behöver man inte följa profiler för att se innehåll utan man kastas direkt in i ett flöde där en algoritm sedan serverar innehåll baserat på tidigare interaktioner (Bhandari & Bimo 2022:6). Algoritmer är inte unikt för TikTok men däremot är den medvetna interaktionen med algoritmen unik. I stället för att interagera med andra användare på appen går TikTok ut på att interagera med själva algoritmen i sig för att den ska “lära känna” ens personlighet, och därmed visa innehåll som användaren relaterar och identifierar sig med (Op. cit., 5). Bhandari & Bimo (2022) menar att det tidigare begreppet “The Networked-Self” (Papacharissi, 2013, i Bhandari & Bimo, 2022) som beskriver processen av hur identitet reproduceras via sociala medier genom associationer med sociala cirklar, nu har blivit mer komplext och utvidgats i och med TikTok. Författarna föreslår ett nytt begrepp “The Algorithmized Self” för att beskriva processen där interaktionen snarare återspeglar tidigare versioner av sig själv i stället för sociala kontakter (Bhandari & Bimo, 2022: 9). The For You Page återspeglar alltså olika delar av den egna identiteten och det är med denna interaktion sker i stället för med andra personer. Det blir därför intressant att undersöka olika aspekter av identiteten, i denna studies fall den sexuella aspekten, på en plattform vars karaktärsdrag skiljer sig från tidigare sociala medier.



Tidigare forskning har till största del utgått från en amerikansk kontext, Hawk m.fl. (2006:352) menar att det finns ett värde i att undersöka mediernas påverkan på ungas sexualitet i mer sex-positiva kontexter än den amerikanska. Sverige har en annan sexuell kultur där sexualundervisningen är del av läroplanen, fri abort är en rättighet, samtyckeslagstiftning och ungdomsmottagningar finns, som alla främjar en större sexuell autonomi för unga. I många amerikanska delstater uppfyller inte sexualkunskapen de mål som American Academy of Pediatrics tagit fram för sexualundervisningen (Fowler m. fl., 2021:687). Enligt Fowler m. fl. (2021) beror det på vilken stat eleven bor i om den får lära sig om samtycke, HBTQ-relationer eller om det ens finns krav på att informationen som lärs ut ska vara evidensbaserad (Ibid). Utöver det är USA en kultur där avhållsamhet och renhet är ideal, abstinens-centrerad sexualundervisning fick 200 miljoner dollar i bidrag på federal och statlig nivå mellan 2000 och 2009 (Calterone-Williams, 2011:417) och aborträtten begränsas i flera stater (Planned Parenthood, 2022).

Med bakgrund i diskussionen ovan strävar denna studie efter att förstå unga tjejers sexuella självuppfattning utifrån deras upplevelse av sexuellt innehåll på TikTok med hjälp av Media Practice Model (Steele & Brown, 1995) och Sexual Self Concept (Hensel m. fl, 2010).

## Bakgrund

I detta avsnitt kommer vi att redogöra för vad som karakteriserar interaktiva medier och TikTok.

### Interaktiva medier

I och med den teknologiska utvecklingen i modern tid har de digitala medierna växt fram. Detta har lett till en konvergenskultur, där gamla och nya medier smälter samman och digitaliseras och medieföretag växer med vertikal eller horisontell integration (Miller, 2020:88-94). Denna teknologiska- och mediekonvergens har ändrat förutsättningarna för kommunikationen och har gjort gränsen mellan avsändare och mottagare alltmer flytande. Interaktivitet är ett kännetecken för nya medier, när interaktivitet blev modeord för att beskriva den digitala förändring medier genomgick under 90-talet fanns det förvirring kring vad begreppet faktiskt betydde (Kiousis, 2002:356; Jensen, 1998:185).

Definitionen Jensen (1998) utvecklat är att interaktivitet är ett mått för ett mediums potential att låta användaren utöva inflytande över innehåll och/eller form av den medierade kommunikationen (Op. cit., 201). Interaktivitet erbjuder alltså användaren att ha inflytande över innehållet som den tidigare inte haft.

Henry Jenkins menar att den teknologiska konvergensen och mediernas ökade interaktivitet har skapat en ny sorts publik. En publik som alltmer deltar och skapar eget innehåll, den har gått från mottagare till deltagare (Jenkins, 2006:3). Denna deltagarkultur markerar en förändring i synen på mediepubliken, Axel Bruns bygger vidare på Jenkins karakterisering av den nya publiken med begreppet *producers* (Bruns, 2008, i Miller, 2020:104–105). Distinktionen mellan *producer* och konsument är inte nödvändig, dessa nya *producers* är resultatet av de digitala medierna. *Producers* befinner sig i en digital kultur där mängder information alltid finns tillgängligt, de kan delta i produktion och konsumtion, kunskap och kultur produceras kollektivt och äganderätten till material producerat i de digitala medierna har förändrats (Miller, 2020:105). Detta leder till det Bruns kallar *producership* som karakteriseras av: öppet deltagande, en flytande hierarki, en ständigt utvecklande produkt och kollektivt ägande (Bruns & Schmidt, 2011, 4–5).

De digitala medierna och förändringen av publiken leder till att medieföretagen behöver anpassa sina affärsmodeller och skapa applikationer som främjar kollektivt skapande och intelligens (O'Reilly, 2006, i Bruns, 2008). Exempel på detta produsage är Wikipedia. Youtube och andra digitala medier som betonar kollektivt kunskapsskapande och ägande och relationen mellan producent och konsument är cirkulär. TikTok har bara användargenererat innehåll och gränsen för deltagande är låg vilket gör det till ett typexempel för produsage inom interaktiva medier.

## TikTok

Historiskt sett har det länge funnits en samhällelig oro över mediers påverkan på människan, särskilt på unga. Under 50-talet föddes begreppet ungdomskultur och sedan dess har vuxna oroat sig för samhällets unga och mediers påverkan. I en utredning på uppdrag av Statens medieråd visar Andersson m. fl. (2016:30) att föräldrar känner en oro för det sexuella innehållet unga möter på nätet och vad för inverkan det kan ha på deras sexuella beteende. Inte bara föräldrar oroar sig för mängden sexuellt innehåll, det finns en samhällelig oro för vad unga exponeras för på sociala medier (Barry m. fl., 2021; Ringrose & Barajas, 2011) och specifikt på TikTok (Richard, 2021).

TikTok startades av företaget Bytedance 2016 i Kina under namnet Douyin, 2017 lanserades appen utanför Kinas gränser och fick namnet TikTok för att 2018 gå ihop med musical.ly (ByteDance, 2021). Nu är TikTok en av de största medieplattformarna i världen med en miljard aktiva användare 2021 (Ceasar, 2021). Det är ett socialt nätverk som till övervägande del används av unga, användaren får ett personligt anpassat flöde av videoklipp. Flödet anpassas av algoritmer som försöker visa relevant innehåll baserat på tidigare interaktion. Genom att gilla, dela eller kommentera klipp ska relevant innehåll dyka upp (Shellewald 2022:5; Bhandari & Bimo, 2022:5; Fowler m. fl. 2021:4). Som diskuterades ovan har TikToks algoritm också pekats ut som unik och något som har förändrat sättet användare reproducerar identitet. Nu sker det snarare genom att identiteten reflekteras tillbaka på "For You Page" i stället för sociala kontakter som på andra sociala nätverk (Bhandari & Bimo, 2022: 9). Tidigare intervjustudier har visat på att algoritmen upplevs så exakt att det är vissa sidor av TikTok som man aldrig får tillgång till så länge man inte vet vilket typ av innehåll man ska interagera med för att ta sig dit (Bhandari &

Bimo, 2022:6; Shellewald, 2022:6). Algoritmen har både beskrivits som positiv och underhållande men också obehaglig när den lyckas vara "för" exakt (Shellewald, 2022:5-6).

Vid start hade klippen en tidsgräns på 15 sekunder, 2022 har gränsen utökats till hela 10 minuter (King, 2022). Vad gäller sexuellt innehåll skriver TikTok i sina community-riktlinjer att det inte är tillåtet att publicera innehåll som avbildar eller antyder sexuell aktivitet, sexuell upphetsning och stimulering, fetischism, kön, rumpor, kvinnliga bröstvårtor eller ett sexuellt språkbruk för sexuell tillfredsställelse (TikTok, 2022). Trots att TikTok med sina riktlinjer och algoritmer blockerar visst innehåll som har med sex att göra finns det metoder för att kringgå detta, till exempel genom att byta ut vissa av bokstäverna i sökningarna med siffror. En sökning på TikTok efter hashtaggen "s3xy" ger resultat på videor som sammanlagt har över 75 miljoner visningar. Utöver det finns det sexuellt innehåll som inte märks med hashtags, exempelvis så kallade Thirst Traps som är populära på TikTok, användare publicerar sexuellt explicita eller utmanande videos på sig själva med syfte att få uppmärksamhet (Bain, 2022). Även i traditionella medier lyfts TikTok fram som en risk för ungas psykiska och fysiska hälsa. Aveshagen (2021) har till exempel i ett reportage i Svenska Dagbladet kritiserat appen för att orsaka och förvärra ätstörningar. Åtta amerikanska delstater har i mars 2022 startat en utredning som undersöker TikToks effekt på unga människors fysiska och mentala hälsa (Bartz & Shepardson, 2022).

Forskning har tidigare pekat på sambandet mellan användning av sociala medier och påverkan detta har på den egna kroppsbilden, kroppsideal och självsexualisering som i sin tur kan leda till ätstörningar (Tom & Holland i Trekels m.fl., 2018:1450). Fowler m.fl. menar att många unga kan vända sig till TikTok för informationssökning kring sex och sexualitet, men eftersom innehållet är användargenererat går det inte att garantera att inte missvisande information sprids (2021:687). Tidigare forskning visar också att informationssökning och igenkänning är viktiga motivationer för tonåringars medieanvändning (Ward & Rivadenyra, 1999:244). TikTok är ett medium där igenkänningen kan antas vara hög eftersom det är innehåll som produceras av unga för unga vilket kan förklara den stora mängden unga användare.

Två av tre ungdomar födda på 00-talet har använt TikTok det senaste året, varav 47 procent använder appen dagligen (Internetstiftelsen, 2021:205). Ohlsson (2021) visar i Mediebarometern på en genomsnittlig daglig användningstid av sociala medier på 131

minuter i åldersgruppen 15-24 år gamla (Ohlsson, 2021:91). Med tanke på den unga användargruppen TikTok har och den stora dagliga användningen i åldersgruppen är det inte orimligt att anta att appen kan ha inflytande över ungas sexuella självuppfattning. Som tidigare nämnts är det i den här åldern unga utvecklar och socialiseras in i sin sexuella självuppfattning, där medier har väldigt stort inflytande (Shafer m. fl., 2013:1-2).

## Tidigare Forskning

I detta avsnitt kommer vi redogöra för vad tidigare forskning om sexuell mediesocialisering har sagt om hur tjejer diskuterar sin egen sexualitet på sociala medier, hur sociala medier har agerat en fristad för unga tjejer att diskutera tabubelagda ämnen och det cirkulära förhållandet mellan medier och ungas sexuella identitetsskapande.

### Tjejjers sexualitet på sociala medier

Tidigare forskning har visat att traditionella medier har spelat stor roll för kvinnan som en tillflyktsort i form av till exempel kärleksromaner (Radway, 2003) eller såpoperor (Lopate, 1977, i Brunson, 2011:56). Trots att medierna har fungerat som en fristad för kvinnor finns det inom dessa studier ett dilemma, är kultur skapad för kvinnor bra kultur för att den är just för kvinnor eller blir den bara ytterligare ett uttryck för hegemoniska värderingar?

Traditionella könsroller reproduceras och förstärks i kultur skapad för kvinnor (Ibid, 2000:56). Traditionella medier presenterar ideal för kvinnans identitet och sexualitet som rör sig inom ramarna av hegemonin (Steele & Brown, 1995:553). Laura Mulvey introducerade begreppet *The Male Gaze* som beskriver hur traditionella medier porträtterar kvinnor som passiva subjekt och män som aktiva objekt. Kvinnans karaktär i filmer är alltid centrerad kring den manliga blickens godkännande (Mulvey, 1975, i Stefanovic & Gruić Parać, 2021).

De digitala medierna möjliggör interaktivitet och användargenererat innehåll, men trots förändrade former för deltagande verkar forskningen på digitala medier komma fram till liknande slutsatser som dem om analoga. Unga kvinnors identitetsskapande, och specifikt deras sexuella identitetsskapande, sker i ett separat forum som möjliggör det experimenterande och utforskande som krävs för tonårens identitetsutveckling. Grisso och Weiss menar att unga tjejjers sexuella identitetsutveckling är performativ, genom att i skrift eller tal beskriva identiteten skapas den (2005:32). Därför blir sociala medier så effektiva i både uttrycket och skapandet av identiteten. Tidigt 2000-tal bestod internet och dess sociala medier till stor del av bloggar, diskussionsforum eller profil-baserade sociala nätverk. Gemensamt för dessa är att användaren har möjlighet att själva anpassa hur deras personliga profiler ser ut, uttrycka sina tankar och känslor och diskutera med andra likasinnade (Grisso & Weiss 2005; Hodkinson & Lincoln 2008; Stern 1999; Stern 2004).

Grisso och Weiss såg i sin studie av forumet gURL.com att trots att tjejerna hade ett privat forum att diskutera och uttrycka sin sexualitet så centrerades diskussionen kring ämnen som i grunden handlade om hur de själva kunde göra sig mer attraktiva för män. Även i separatistiska och ”trygga” forum för kvinnor fanns det reglering kring hur och på vilket sätt man fick diskutera sin sexualitet (Grisso & Weiss, 2005:45). Tjejerna bar med sig internaliserade samhällsliga värderingar om hur en kvinnlig sexualitet fick uttrycka sig och var snabba att korrigera varandra om de upplevde att någon gick för långt eller var för frisläppt. Deras identitet och till och med njutning var underordnad mannen (Ibid). Detta går också att koppla till det Steele & Brown (1995) kallar för Lived Experience, tidigare erfarenheter och internaliserade normer påverkar hur den unga tar emot information. De Ridders (2017) studie visar på samma sak, unga värderar sin och andras sexualitet på sociala medier utefter tidigare inlärd normer och värderingar (2017:2). Socialiserande faktorer är som bekant familj, vänner och media, sociala medier har visats vara en plats där unga kan delta och skapa sina egna sexuella kulturer bortom de vuxnas inflytande och kontroll (De Ridder, 2017:4). Denna egna plats ger inte total frihet i uttrycket, omedvetna värderingar om ”bra” respektive ”dålig” sexualitet och uttryck av sexualitet styr fortfarande. Att befinna sig inom vad som är ”bra” och ” normalt” är viktigt och brukar överlappa med västerländska traditionella värderingar kring sexualitet, alltså heterosexuellt, inom äktenskapet, monogamt och icke-kommersiellt (Rich, 1993, i De Ridder, 2017:2). De unga tar dessa värderingar och applicerar det på andras sexuella uttryck, det sker en gemensam reglering bland unga utefter dessa normer. Vad som anses för ”slampigt” eller för ”sexigt” avgörs utefter varje persons egna moraliska värderingar (De Ridder, 2017:7).

## Sociala medier som fristad

De sociala medierna blir ett separat forum där tonårstjejer kan uttrycka och forma sin sexualitet. Innan de digitala medierna var tonårsrummen den plats tonåringar ifred kunde utforska sin identitet och sexualitet (Steele & Brown, 1995:554). Steele och Brown (1995) menar att i tonårsrummen kan man utläsa identiteten i form av deras medieval, vilka affischer de hänger upp, vilken musik som spelas och liknande (1995:553-554). Deras sovrum blir en reflektion av deras identitet.

Sociala medier har pekats ut som en liknande trygg plats för unga tjejer. Diskussionsforum kan innebära att unga tjejer får konstruera sin identitet inom en gemenskap bestående av

andra tjejer i samma position (Grisso & Weiss, 2005:35). Den personliga hemsidan, till exempel bloggen, är också en trygg plats för identitetsskapande där man också kan få feedback från en potentiellt enorm publik (Stern, 2004:220). Möjligheten att kunna anpassa sin profil på sociala medier med musik, bakgrundsfärg eller profilbilder och statusar är något som får Brown och Bobkowski att likna de nya sociala medierna till tonårsrum (2011:96). Hodkinson och Lincoln menar att anledningarna till att tonåringar söker sig till sovrummet är för att de där har en trygg plats att få vara ifred, de kan slappna av, dagdrömma eller vara kreativa i en miljö som de själva har större möjlighet att styra över och som är relativt separat från vardagens eller sociala krav (2008:31). Författarna menar att de sociala medierna som var populära under tidigt 2000-tal, MySpace och LiveJournal, indikerar att de medier som blev populära var de som möjliggjorde ett privat utrymme för unga att uttrycka sig (Op.cit., 2008:30).

Denna privata sfär kan agera fristad från vardagen och ger unga en möjlighet att diskutera ämnen de annars inte känner att de kan dela med sig av. Stern fann att bland unga tjejers personliga hemsidor fanns det tre övergripande teman av identitetsuttryck, spirited, self-conscious och sombre (1999:37). När det gäller frågan om sociala medier som fristad är framför allt sidorna med sombre tema intressanta. Där tenderade de unga tjejerna att dela med sig av ämnen som de vanligtvis inte skulle dela med sig av i verkligheten. Dessa hemsidor blev ett forum för de att ventilerade känslor och tankar de inte skulle våga prata om med sina vänner eller familj, men med sociala medier har de möjlighet att diskutera med andra personer i en upplevd anonym miljö (Ibid).

## Medier och ungas sexuella socialisering

Medier har pekats ut som en stor aktör i ungas sexuella socialisering i och med att den förmedlar kulturella normer och ramar som unga lär sig att förhålla sig till (Shafer m fl. 2013:1-2). Forskningen har dock identifierat att skapandet av den sexuella identiteten i relation till medier inte är en linjär process utan snarare sker cirkulärt. Detta då konsumtionen och accepterandet av mediebudskap sker baserat på redan förvärvade erfarenheter och värderingar. Individen är därmed aktiv i sina val av medier där tidigare erfarenheter, sociokulturell bakgrund, etnicitet, kön och religion påverkar vilket medieinnehåll man väljer att konsumera, tolka samt inkorporera i sin sexuella självuppfattning eller identitet. (Steele & Brown 1995; Brown 2000; Steele,1999). Den redan existerande sexuella självuppfattningen



har alltså en inverkan på hur innehåll väljs, tolkas och reproduceras i den egna identiteten (Brown 2000:36; Bobkowski m.fl. 2016:9).

Tidigare sexuell erfarenhet har exempelvis identifierats som en faktor som visar på en ökning av konsumtionen av sexuellt medieinnehåll (Bleakley, m.fl. 2008; Hawk m.fl. 2006; Pardun m.fl. 2005). I Bleakley m.fl. (2008) visade det sig att exponering för sexuella medier påverkade mängden sexuell aktivitet samtidigt som intervjupersonerna som hade erfarenhet av sexuella aktiviteter var mer benägna att ta del av medieinnehåll av sexuell karaktär (Op.cit:458-459 ). Valet att konsumera sexuellt innehåll kan därför ses i likhet med teorin om selektiv exponering, att unga konsumerar medieinnehåll som är relevant för deras liv och erfarenheter och sällar bort annat (Bobkowski m.fl., 2016:9) samt att ungas motivation att använda medier är att tillfredsställa ett behov, intresse eller preferenser i likhet med Uses & Gratifications (Bleakley m.fl., 2011:310). Detta styrks ytterligare genom forskning som pekar på att unga har lättare att ta till sig mediebudskap om de går in med motivationen att de ska lära sig av innehållet (Ward & Rivadenyra,1999:246; Hawk m.fl. 2006:360).

Alternativt om de kan identifiera sig med innehållet, att personen liknar en själv exempelvis till ålder, utseende eller livssituation (Ward, 2002: 8; Wright, 2011:353; Shafer m. fl., 2013:15). En annan viktig aspekt av hur väl mottagaren tar till sig av informationen som presenteras är den tidigare erfarenheten, Ward och Rivadenyra (1999) menar att kvinnor har lättare att tro på information som medier presenterar om mäns sexualitet eftersom de själva saknar den manliga erfarenheten (1999:247).

Det är viktigt att förstå att mediasocialiseringen inte sker i ett vakuum utan kompletteras av andra källor såsom vänner, föräldrar, skolsystem och andra institutioner (Steele 1999; Shafer m.fl 2013; Brown 2000; Bleakley m fl. 2009). Budskap från olika källor leder också till olika sätt att se på den egna sexualiteten. Bleakley m.fl. (2009) undersökte hur olika källor av information om sex påverkar ungas underliggande övertygelser om sex och deras förväntningar på konsekvenser av samlag. Ett samband hittades mellan information om sex från filmer och internet och en större tro på sin förmåga att själv ha sex samt att sex är en positiv upplevelse som leder till njutning (Bleakley m.fl., 2009:44). Detta jämfördes sedan med andra källor såsom vänner och föräldrar. Vänner bidrog också till en tro på positiva utfall av sex och associerades även med en uppfattning om att ens vänner hade sex samt att de skulle ge sitt godkännande om man själv skulle ha sex (Bleakley m.fl., 2009:43).

Mammor, pappor, mor- och farföräldrar och religiösa ledare som källor associerades

övervägande med övertygelser om att sex skulle ha olika negativa effekter som till exempel könssjukdomar. Enligt resultaten i studien gav alltså olika källor deltagarna olika övertygelser om sex (Bleakley m.fl., 2009:46).

Den stora utvecklingen av digitala medier har gjort att vänner har smält samman med medier. Vänner har fått en ännu större roll i mediesocialiseringen där de kan ge sitt godkännande eller avvisande av olika budskap via de digitala medierna (Shafer m.fl. 2013:33) genom att kommentera, gilla men också skapa eget medieinnehåll (Shafer m.fl. 2013:3; Bobkowski m fl. 2016:31). Flera studier har pekat på att sexuellt medieinnehåll producerat av vänner har effekt på ungas attityder och förhållningssätt till sex som exempelvis attityd till oskyddat samlag, inställning till engångsligg och till fler sexuella erfarenheter (Young & Jordan, 2013, Black m. fl, 2013, Yeo & Chu 2017, van Oosten m fl. 2015). Det har också framgått att en del av ungas motivation till att använda diskussionsforum, som exempelvis en Facebookgrupp för att diskutera sex, är för att få vännerns åsikter och bekräftelse för att kunna navigera i sexuella normer (Yeo & Chu 2017:760, Grisso & Weiss, 2005). Om den unga växer upp i en omgivning som vanligtvis inte diskuterar sex och inte har någon att vända sig till med frågor finns sociala medier där i stället. Forskning visar att sociala medier blir en slags super-peer som med sin höga igenkänning blir en stark sexuellt socialiserande aspekt av ungas liv (Cookingham & Ryan, 2015:3).

## Teori

I detta avsnitt kommer vi att redogöra för de två teorier vi kommer använda oss av i studien, Media Practice Model (Steele & Brown, 1995) och Sexual Self Concept (Hensel m. fl., 2010). Vi kommer först att förklara modellen och dess ursprung för att sedan mer ingående resonera kring hur den går att applicera på vår studie.

### Media Practice Model

Steele och Brown introducerade 1995 en teori för ungas identitetsskapande i relation till medier. Det är en kombination av Uses and Gratifications och Effektforskning där identitet kontinuerligt skapas och uttrycks via ungas medieval.

Teorin utgår från att unga är medvetna i sina medieval och att deras identitet produceras och reproduceras i ett cirkulärt samband bestående av tre komponenter: selektion, interaktion och applicering (Steele & Brown, 1995:556-559). Enligt teorin har medier stort inflytande över identiteten men det sker inte i ett vakuum, för att få full förståelse behöver man ta hänsyn till exempelvis förförståelse, erfarenhet och sociokulturell bakgrund. Denna erfarenhet påverkar dels medievalen, dels hur man väljer att tolka, acceptera eller avvisa ett mediebudskap. All denna tidigare erfarenhet sammanfattas med begreppet Lived Experience (Steele & Brown, 1995:560-561). Inte bara etnicitet och kön påverkar utan även attityder, övertygelser och liknande. En ung tjej med en typiskt romantisk syn på relationer tolkar ett mediebudskap annorlunda än en tjej som inte har det (Steele & Brown, 1995:560-561; Shafer m. fl., 2013:18).

Media Practice Model utvecklades efter fältstudier av tonårsrum. Steele och Brown (1995) menar att tonårsrummet är en representation av identiteten. Tonåren är en tid för att utforska den egna identiteten och sovrummet är en viktig plats för tonåringar där de kan experimentera med versioner av sig själva. Medier kan lätt inkorporeras i rummet och uttrycka identitet, med affischer, musik eller andra identitetsmarkörer. Det är även en tryggsfär där de kan utforska den ifred, Steele & Brown menar att även när unga delar rum har de en egen plats i rummet som räknas som "deras" (Op. cit., 1995:554).

## Komponenter i Media Practice Model:

1. Selektion: Urval som baseras på motivation vilket i sin tur påverkar uppmärksamheten man ger ett medium
2. Interaktion: En kombination av hur den unga värderar och tolkar medieinnehåll
3. Applicering: Det konkreta sättet unga inkorporerar mediet i sina egna liv utifrån deras egen förförståelse och hur de approprierar, alltså använder, medieinnehållet i sitt identitetsuttryck (Steele & Brown, 1995:556-559)

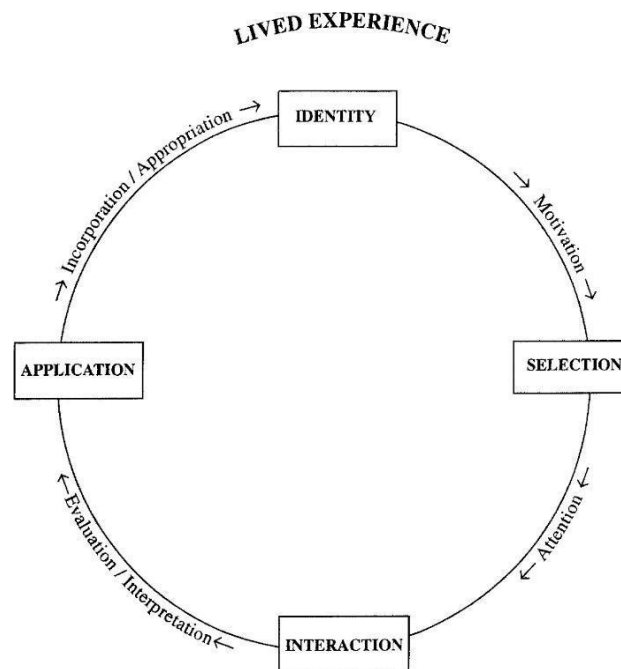


Fig. 1

*Figur hämtad från Steele & Brown, 1995*

I vår studie anser vi att det är relevant att använda sig av Media Practice Model för att studera hur unga tjejer väljer, motiverar, värderar, tolkar och använder sig av sexuellt innehåll på TikTok för att på så sätt utläsa den sexuella självuppfattningen. Vi menar att det går att koppla alla komponenter av Media Practice Model till det väldigt interaktiva mediet TikTok. *Selektion* går att utläsa genom att studera vilket sexuellt innehåll unga väljer att ta

del av och vilket de väljer bort och varför, på så sätt ser man vad som får uppmärksamhet och vad motivationen bakom uppmärksamheten är.

*Interaktion* går att utläsa i hur unga värderar och tolkar det sexuella innehållet, som tidigare nämnts kommer inte alla tolka och värdera innehållet på samma sätt. Vad anser unga tjejer präglar bra respektive dåligt innehåll?

*Applicering* handlar både om inkorporering och appropriering. *Inkorporering* handlar om hur unga baserat på sin egen förförståelse och tidigare erfarenhet omedvetet accepterar eller avvisar mediebudskap. Inkorporering förklarar Steele och Brown (1995) som både tidigare erfarenhet och värderingar, dessa kan komma från familj, uppväxt eller vänner, till exempel i form av en stark religiös övertygelse. Denna förförståelse påverkar hur den unga värderar, tolkar och sen avvisar eller accepterar mediebudskapet. Steele och Brown betonar också att denna process i de flesta fall är omedveten (1995:559;569-570). På samma sätt som mottagaren själv accepterar eller avvisar mediebudskap kan även mediebudskapen påverka mottagarens förståelse. Även här är processen omedveten, ett vanligt mediebudskap Steele och Brown hittade hos de unga var den romantiska myten, en stark tro på "sann kärlek" som de härledde till att denna kulturella modell reproduceras i medier (1995:570). *Appropriering* handlar om hur unga aktivt använder medier som ett sätt att uttrycka identitet, fantisera, navigera kulturella och sociala normer, hitta förebilder eller förstärka känslor (Steele & Brown, 1995:565).

## Sexual Self Concept

För att definiera sexuell identitet har vi valt att utgå ifrån Hensel m. fl. (2010) definition av Sexual Self Concept. Den består av tre dimensioner, 1. Sexual Openness, 2. Sexual Esteem och 3. Sexual Anxiety (Op. cit., 2010:675-676). Sexual Self Concept, som vi översätter till Sexuell självuppfattning är likt Media Practice Model en modell där relationen mellan de olika dimensionerna är beroende av och påverkar varandra.

## Dimensionerna i Sexual Self Concept:

1. Sexuell Öppenhet: Innefattar ett erkännande av sexuell upphetsning eller njutning och en känsla att ha rätt till vissa sexuella aktiviteter.
2. Sexuellt Självförtroende: Innefattar en positiv värdering av den egna sexualiteten, såväl som tankar, känslor och beteende. Samt ens egen uppfattning av kroppen i en sexuell kontext. Att kunna diskutera sex med en partner och vara mån om sin egen njutning är också en indikation på högt sexuellt självförtroende.
3. Sexuell Ångest: Innefattar obehag, spändhet och andra negativa värderingar kring sexuella aspekter av livet, en oro för att bli sexuellt utnyttjad eller inte kunna säga nej är en indikation på hög sexuell ångest (Hensel m.fl, 2010:675-676).

Hensel m.fl. definition av Sexual Self Concept är en av flera aktuella modeller.

Forskningen har i nuläget inte kommit fram till en enda definition för att mäta sexuell självuppfattning utan olika dimensioner lyfts fram i olika modeller (Deutsch m.fl., 2013:932). Man brukar dock behandla någon av de kognitiva, affektiva, mellanmännsliga, fysiologiska och beteendenaspekterna av sexualiteten (Deutsch m.fl. 2013: 932- 933). Andra forskares definitioner innehåller aspekter som till exempel sexuell självförmåga, sexuellt utforskande, sexuell upphetsning och sexuellt relationsskapande (Op. cit, 2013:934). Något som är gemensamt för definitionerna är att den sexuella självuppfattningen påverkas av tidigare erfarenheter, sociokulturell bakgrund och mediekonsumtion.

Graden av sexuell erfarenhet har visat sig ha en inverkan på sexuellt självförtroende, självförmåga, öppenhet och ångest (O'Sullivan m.fl., 2006; Hensel m.fl. 2010). O'Sullivan m.fl. studie på unga tjejer hittade samband mellan sexuell autonomi och tidigare erfarenhet av kyssande och/eller sexuella smekningar medan unga tjejer med hög sexuell ångest inte hade sådana erfarenheter. Hensel m.fl. (2010) studie undersökte hur utvecklingen av sexuell öppenhet, sexuellt självförtroende och sexuell ångest utvecklades hos unga tjejer under

loppet av fyra år. Tjejerna som från början hade hög sexuell öppenhet hade också tidigare sexuella erfarenheter och det motsatta gällde för de som initialt hade hög sexuell ångest. De såg också att sexuell öppenhet och självförtroende ökade under den fyra år långa perioden medan sexuell ångest minskade. Det kan tyda på att den sexuella självuppfattningen växer i takt med att man får nya sexuella erfarenheter under uppväxten och får fler positiva upplevelser som förstärker självförtroende i sexuella situationer (Hensel m.fl. 2010:680-682). Ytterligare så innebar sexuellt självförtroende också en ökning av sexuell öppenhet. En minskning av sexuell ångest ledde också till en ökning i sexuellt självförtroende, alltså påverkar de olika dimensionerna av den sexuella självuppfattningen varandra som i sin tur påverkas av vilken erfarenhet man har (Ibid).

Uppväxtmiljö och erfarenheter påverkar den sexuella självuppfattningen och den skiljer sig mellan könen (Rostosky m.fl., 2008). Breakwell och Millward (1997) menar att tjejer tenderar att vara mer ansvarstagande i sexuella relationer vad gäller preventivmedel. Detta kan förklaras av att traditionella föreställningar om tjejers sexualitet kretsar kring relationer, de emotionella aspekterna av sex samt att det också är tjejerna som får lida vid en oönskad graviditet (1997:39). Författarna fann däremot att tjejer var måna om sin egen sexuella njutning (Ibid). Rostosky m. fl. (2008) fann att jämfört med killar hade tjejer högre tro på sig själva i sexuella situationer. Detta härledde författarna till att killars sexuella ångest kan vara förknippat till de förväntningar som finns på den manliga rollen. Män förväntas vara sexuellt drivande och alltid villiga att ha sex. Detta kan skapa ett dilemma där förväntningar på den manliga rollen kan förhindra hälsosamma sexuella beslut (Rostosky m.fl. 2008:283). Därför kan den sexuella självuppfattningen skilja sig mellan könen.

Mediekonsumtion har också visat sig ha en påverkan på den sexuella självuppfattningen och tvärtom så har också den sexuella självuppfattningen en påverkan på vilken typ av medieinnehåll man väljer att konsumera. Shafer m.fl. (2013:7-8) refererar till L'Eangel m.fl. (2007) som delade in den sexuella självuppfattningen i olika identitetstyper där olika inställningar till sex påverkade vilka medier de tog del av och hur de interagerade med medier och mediebudskap. Detta för att olika typer av medieinnehåll förmedlar olika bilder av hur relationer och sex ska se ut, beroende på vilken sexuell självuppfattning individen har kommer dessa budskap var mer eller mindre lockande (Shafer m fl. 2013:12).

Vidare har även produktion av eget sexuellt medieinnehåll kopplats till ungas sexuella självuppfattning (Shafer m.fl. 2013). Innehållet kan vara allt från en bild med sexig pose, delandet av en musikvideo eller val av användarnamn som konnoterar till något sexuellt. Alltså behöver inte innehållet innebära foton eller video där man är avklädd. Bobkowski m.fl. (2012:127, 129) bekräftar i sin studie att unga som ansåg sin sexualitet vara en större del av sin identitet och var mer sexuellt aktiva och var mer benägna att dela sexuella självpresentationer på sina sociala medier. Sexuella självpresentationer kan också förstärka den sexuella självuppfattningen som en central del av identiteten, särskilt när den visas upp och utövas inför en publik (Shafer m.fl. 2013:26-27). Bobkowski m.fl. (2016) undersökte ungas grad av upplevd sexuell självförmåga, erfarenhet samt mediediet och hur det påverkar intensiteten i deras sexuella självpresentationer. Det visade sig att unga som hade en högre sexuell självuppfattning också framställde sig själva mer sexuellt online (Bobkowski m.fl. 2016:27).

Hensel m.fl. definition anser vi relevant för vår undersökning då den ser självuppfattningen som något som ständigt utvecklas, dimensionerna har inflytande över varandra och tidigare erfarenhet är en viktig aspekt. Det finns med andra ord många likheter mellan Media Practice Model och Sexual Self Concept, vi tror därför att de teorierna blir effektiva att applicera för att utröna sexuell självuppfattning i hur unga tjejer väljer, motiverar, värderar, tolkar och använder sig av sexuellt innehåll på TikTok. Utöver det är Hensel m. fl. (2010) studie anpassad för att appliceras på unga tjejer.



## Syfte och frågeställningar

Syftet med den här studien är att utifrån teorier om sexuellt identitetskapande undersöka unga tjejers upplevelse och erfarenhet av sexuellt innehåll på TikTok och vad det kan säga om deras sexuella självuppfattning.

1. Selektion: Vad säger valet och motivationen av sexuellt innehåll på TikTok om unga tjejers sexuella självuppfattning?
2. Interaktion: Vad säger värderingen och tolkningen unga tjejer gör av sexuellt innehåll på TikTok om deras sexuella självuppfattning?
3. Applicering:
  - 3a. Inkorporering: Vad säger hur unga tjejer accepterar eller avvisar sexuella budskap på TikTok om deras sexuella självuppfattning?
  - 3b. Appropriering: Vad säger hur unga tjejer använder sexuellt innehåll från TikTok i sitt identitetsuttryck om deras sexuella självuppfattning?

## Metod

### Metod och design

Valet av metod föll på den kvalitativa intervjun då vi anser att vårt syfte är inriktat på unga tjejers upplevelse och erfarenhet av sexuellt innehåll på TikTok och därmed är inriktat på aspekter av den mänskliga upplevelsen och erfarenheten (Kvale & Brinkmann 2014:142). Vi har valt att utifrån Media Practice Model och Sexual Self Concept utforma frågor för att få en djupare förståelse för unga tjejers sexuella identitetsskapande via sexuellt innehåll på TikTok. Intervjuguiden är strukturerad utefter Media Practice Models tre dimensioner, selektion, interaktion och applicering, för att på så sätt utläsa sexuell självuppfattning. Med hjälp av dessa verktyg ska intervjuvar tolkas för att kunna utläsa både medvetna såväl som omedvetna aspekter av hur medier väljs, värderas, accepteras eller avvisas och appliceras på det sexuella identitetsskapandet.

### Urval

Initialt var urvalskriterierna att intervjupersonerna gick i gymnasiet, identifierade sig som kvinnor och var mellan 16 och 20 år gamla och använde TikTok. Anledningen till att vi valde tjejer i senare delen av tonåren är dels på grund av forskningsetiska överväganden. Är intervjupersonerna över 15 behöver vi inte be om föräldrarnas tillstånd (SFS 2003:460, §18) så länge intervjupersonerna själva blir informerade om vad undersökningen handlar om. Därmed har vi gjort ett strategiskt urval. Efter att ha kontaktat tio gymnasieskolor och för få svar började vi kontakta människor i vår närhet som tipsade om intervjupersoner, det blev därför ett slags snöbollsurval i slutändan. Utöver det breddade vi också vårt åldersspann till att inkludera tjejer uppemot 23 år gamla. Tidigare forskning visar att identitet- och sexuellt identitetsskapande är en konstant process som sker genom hela livet (Hall, 1990, i Steele & Brown, 1995:558) och att unga stöter på mer sexuellt medieinnehåll ju äldre de blir men att eget intresse också är en bidragande faktor (Hawk m. fl., 2006:359). Utöver det använder 44 procent av ungdomar åldrarna 15-24 TikTok och procentuellt är det fler kvinnor än män som använder det (Ohlsson, 2021:87). Med detta i åtanke anser vi att vårt val att inkludera även unga vuxna inte skadar vår studies kvalitet.

Vi har valt att intervjua endast kvinnor främst på grund av att historiskt har kvinnors sexuella identitet kontrollerats av andra än kvinnan själv. Kvinnlig sexualitet har länge varit något tabubelagd; tidigare forskning visar att sociala medier agerar fristad för unga kvinnor, att i

trygghet kunna utforska sin sexualitet innebär större sexuell autonomi (Fongkaew & Fongkaew, 2015:597; Szcus, 2013:117).

Då vårt ämne rör sex kan det uppfattas som känsligt och ibland tabubelagt. Genom att intervjua i par så kan man avdramatisera och göra dessa frågor lättare att besvara (Kvale & Brinkmann 2014:191). Men då några av våra intervjupersoner efterfrågade och kände sig mer bekväma med individuella och distansintervjuer valde vi att tillmötesgå dem.

Det resulterade i totalt nio intervjupersoner:

Grupp A: 16 och 17 år gamla, på plats

Grupp B: 19 år, distans

Grupp C: 18 och 18 år, på plats

Grupp D: 19 år, på plats

Grupp E: 22 och 23 år, distans

Grupp F: 22 år, på plats

## Utformning av intervjuguide

Intervjuguiden är semistrukturerad och innehåller frågor med möjlighet till anpassning om de behöver omformuleras eller kastas om för att uppnå ett mer givande samtal (Kvale & Brinkmann 2014:172). Vi inledde varje tema av intervjun med en inledande intervjufråga för att sedan stödja med sonderande och uppföljningsfrågor för att få ett dynamiskt samtalsklimat (Kvale & Brinkmann 2014:173). Aktivt har ledande frågor försökt att undvikas och omformuleras under arbete med intervjuguiden för att inte skada validiteten i intervjupersonernas svar (Kvale & Brinkmann 2014: 213-214). Intervjuns inledning består av enklare, mer övergripande frågor om deras upplevelse av sin TikTokanvändning för att sedan successivt låta mer svåra och känsliga frågor komma längre fram i intervjun (Ekström & Larsson, i Ekström & Johansson, 2019:115). Detta för att låta intervjupersonerna vänja sig vid situationen. Intervjuguiden utformades också för att nå utanför intervjupersonernas självförståelse av sitt eget användande och i stället nå beskrivningar av konkreta exempel. Detta eftersom en persons förståelse av sitt eget användande kan skilja sig från hur det faktiskt ser ut (Kvale & Brinkmann, 2014:175).

Intervjufrågorna utformades tematiskt utifrån våra frågeställningar, som i sin tur är utformade efter Media Practice Model, för att få en tydlig koppling till vår teori. Utläsning av dimensionerna i sexuell självuppfattning kommer också kunna göras utifrån dessa frågor då Media Practice Model är speciellt utformad för att undersöka ungas utveckling av en sexuell självuppfattning (Steele & Brown 1995:554). Utöver det har vi även valt att inkludera ett fåtal frågor som är mer specifikt utformade för att få information om sexuell öppenhet, självförtroende och ångest på ett diskret och finkänsligt sätt. Exempelvis:

*Finns det något sådant (sexuellt) innehåll på TikTok du inte tycker om? Är du bekväm med sådant innehåll eller känns det obehagligt?*

Esaiasson m.fl. menar att provintervjuer är viktiga för att kunna justera formuleringar och frågeföljden för att kunna se att intervjuguiden fungerar (2017:277). För att stärka validiteten har vi under metodkursen testat Media Practice Model i en kvalitativ intervjustudie och har även provat denna studies intervjuguide med två intervjupersoner, 19 och 22 år gamla. Efter provintervjuerna tog vi bort överflödiga frågor där vi inte fick något matigt innehåll och kortade ner intervjuguiden då vi upplevde att den blev för lång. Vi formulerade även några nya frågor som mer specifikt handlade om sexuellt innehåll. På grund av avhopp och brist på deltagare användes provintervjuerna även i den slutgiltiga analysen då vi ansåg att dessa bidrog med värdefulla perspektiv trots att de insamlats utan den justerade intervjuguiden. Då det dessutom är en semistrukturerad intervju så följdes inte heller frågorna strikt och kunde därmed ha en viss variation vid alla intervjutillfällen.

## Datainsamling

Intervjupersonerna fick innan intervjuens start en definition av sexuellt innehåll och betonade att det inte endast handlade om explicit sexuellt innehåll utan också om relationer, råd, information samt att vi var intresserade av om de hade några andra exempel på vad sexuellt innehåll kunde vara.

Intervjuparen har vid parintervjuer uppmanats att själva välja en partner som de är bekväma med och har fått anmäla sitt intresse, allt för att intervjusituationen ska kännas så trygg som möjligt. Det finns en del utmaningar att bemöta i parintervjuer, det kan hända att en av intervjupersonerna pratar mer eller dominerar samtalet. Det är därför viktigt att vi som

moderatorer ser till att styra intervjun för att låta alla komma till tals samt att transkribering från inspelning kan, liksom gruppintervjuer, bli svårare att tyda då svar kan gå in i varandra (Kvale & Brinkmann 2014:191-192). För att hantera detta deltog vi båda två vid intervjutillfällena, en med övergripande modererande ansvar och en som kunde komplettera med följdfrågor men också vara extra ögon och öron för att kunna ta hjälp av varandra i transkriberingsprocessen.

Enskilda intervjuer kan påverka hur intervjupersonerna upplever och svarar på frågorna eftersom de kan upplevas vara i underläge eftersom vi är två som intervjuar. Kvale & Brinkmann menar att i en kvalitativ forskningsintervju upplevs alltid den som intervjuar som en person i maktposition eftersom den har ett bättre kunskapsläge (2014:52). För att motverka denna upplevda obalans i maktfördelningen var vi vid de enskilda intervjuerna extra noggranna med att vara betryggande och trycka på att det inte fanns några rätta eller fel svar. Vi ansåg att bådadas deltagande vid dessa intervjuer hade fler fördelar än nackdelar då det underlättade analysarbetet samt transkriberingsprocessen.

I de intervjuer som utfördes på distans ska vi använda oss av Zoom och dess inspelningsfunktion. För att kunna ta hänsyn till aspekter som kroppsspråk ska vi använda oss av videosamtal. Nackdelar med datoriserade intervjuer är att man riskerar avbryta varandras resonemang på grund av fördröjningar samt att nätverksanslutning kan påverka kvaliteten. Vi ska hantera detta genom att be intervjupersonerna upprepa sig och be dem fortsätta vid oavsiktlig avbrytning.

Empirin ska dokumenteras med hjälp av ljudinspelning, detta valdes över videoinspelning eftersom intervjuens innehåll kan upplevas känsligt. Video kan därför kännas ännu mer blottande och göra intervjupersonerna mycket mer medvetna och distraherade om hur de ser ut och låter i sina svar (Kvale & Brinkmann, 2014: 218-219).

## Databearbetning

Transkribering har delats upp jämt mellan oss båda, på grund av tidsbrist så har vi inte kunnat transkribera samma intervju två gånger och jämfört våra utskrift, vilket hade kunnat öka reliabiliteten (Kvale & Brinkmann, 2014:225). Vi har däremot innan transkriberingen gått igenom tydliga kriterier på hur den ska utföras. Eftersom vi inte ska

göra en språklig analys utan en analys av mening valde vi att vara ordnåra, men ändå översätta från talspråk till ett mer läsbart skriftspråk för att underlätta i analysen (Kvale & Brinkmann 2014:219-221).

Däremot så inkluderades skratt, pauser och emotionella uttryck då dessa kan bidra med att tolka hur intervjupersonen ställer sig till de olika frågorna. Detta blir speciellt viktigt eftersom vi vill utläsa sexuell öppenhet, självförtroende och ångest som handlar om hur bekväm respektive obekväm en person är med ämnet. Att vi båda deltagit vid alla intervjuer gör att vi vid osäkerheter kan be den andre att lyssna på specifika partier av intervjun och diskutera hur transkriberingen ska ske.

## Analys

Vi har antagit ett öppet förhållningssätt till vad källmaterialet sa och har valt att utgå från två teorier i vårt analytiska ramverk, Media Practice Model (Steele & Brown, 1995) och Sexual Self Concept (Hensel m.fl., 2010). I analysarbetet ska vi gå igenom transkriberingarna av parintervjuerna och försöka utläsa både manifest och latent innehåll utifrån våra frågeställningar. Preliminär analys ska ske redan under intervjutillfällena (Ekström & Larsson, i Ekström & Johansson, 2019:122) genom att vi efter varje intervju sitter kvar och diskuterar det vi hört och hur det skulle kunna kopplas till våra valda teorier. Den andra, huvudsakliga analysen ska ske när alla intervjuer och transkriberingar är klara. Under läsning och diskussion av källmaterialet ska vi anteckna tankar så vi kan följa analysarbetet för att sedan kategorisera innehållet utefter frågeställningarna (Esaiasson m. fl., 2017:279-280). För att ytterligare styrka våra egna analyser ska vi koppla våra resonemang till tidigare forskning.

Analysen kommer läggas upp utefter de tre komponenterna i Media Practice Model. *Selektion* utläses genom intervjupersonernas berättelse om vilket sexuellt innehåll de väljer att ta del av och vilket de väljer bort och varför, på så sätt utläses vad som får uppmärksamhet och vad motivationen bakom uppmärksamheten är. TikTok är utformat som ett oändligt flöde där nya klipp dyker upp vid varje svepning, vill man inte se ett specifikt innehåll kan man bara svepa vidare. Att gilla ett klipp kan indikera uppmärksamhet och intresse för informationen som ges.

*Interaktion* ska utläsas i hur de värderar och tolkar det sexuella innehållet, som tidigare nämnts kommer inte alla tolka och värdera innehållet på samma sätt. Vad värderar de som bra respektive dåligt innehåll på TikTok?

*Applicering* handlar både om inkorporering och appropriering. *Inkorporering* kommer utläsas genom att urskilja hur intervjupersonernas förförståelse och tidigare värderingar påverkar hur de tolkar och värderar medieinnehåll samt vilka mediebudskap de accepterar och gör till en del av sin redan existerande tolkningsram. *Appropriering* ska utläsas i hur intervjupersonerna använder sig av sexuellt medieinnehåll i sitt identitetsuttryck, till exempel om de delar klipp med sina vänner eller använder sig av information de lär sig. Kontinuerligt i analysen ska vi också koppla de tre komponenterna i Media Practice Model till de tre dimensionerna i Sexual Self Concept, genom intervjupersonernas berättelse om sin TikTokanvändning hoppas vi kunna utläsa sexuell öppenhet, självförtroende och ångest och hur det tar sig i uttryck.

## Forskningsetiska överväganden

Eftersom det handlar om ett känsligt ämne och vissa av intervjupersonerna är under 18 har det varit viktigt för oss att motivera det vetenskapliga och samhällseliga bidrag forskning som vår kan innebära (Kvale & Brinkmann, 2014:99;105). Detta går att läsa om i inledningen.

Våra intervjupersoner är över 15, därför behöver vi inte be om föräldrarnas tillstånd för deras deltagande i intervjuerna (SFS 2003:470, §18). Även om föräldrars samtycke inte behövs är det viktigt att deltagarna förstår vad undersökningen handlar om. Vi började därför med att skicka ut ett missivbrev till gymnasieskolor i Göteborg och bekanta med släkt eller vänner i rätt ålder. I vårt missivbrev förklarade vi vad undersökningen handlade om, vilken metod som skulle användas, vilka vi som gjorde undersökningen var och skola och institution vi var del av. Vi beskrev att vår uppsats skulle handla om unga tjejers användning av TikTok och deras upplevelse av sexuellt innehåll på TikTok. Vi nämnde medvetet inte sexuell självuppfattning för att vi misstänkte att det kunde innebära att intervjupersonerna har det i åtanke vilket kan påverka svaren.

Utöver det förklarade vi att det inte kunde erbjudas någon monetär ersättning, att deras deltagande var helt frivilligt, samt deras rätt till anonymitet och att de när som helst innan, under och efter intervjun har rätt att dra tillbaka sin medverkan. Vi skickade också efter första kontakten ett samtyckesformulär där deras deltagande bekräftades och dokumenterades. Detta för att följa de riktlinjer som beskrivs i §16-18 i lag om etikprövning av forskning som avser människor (SFS, 2003:470).

För att säkra deltagarnas anonymitet fingerade vi namn i transkriberingen för att på så sätt kunna referera till dem i resultatredovisning och analysdelen. Grupp 1 fick namn som började på A, grupp 2 namn som började på B och så vidare. De som har tillgång till transkriberingarna är författarna samt intervjupersonerna om de skulle begära att få läsa dem. När intervjuerna genomfördes förklarade vi igen vad intervjun handlade om, betonade frivillighet, anonymisering och rätt till avhopp. Vi erbjöd dem möjlighet att ta del av det slutgiltiga arbetet. Efter intervjuens slut förklarades uppsatsens syfte så att de förstod hur deras uppgifter skulle användas. Vi betonade deras och skolans anonymitet i det slutgiltiga arbetet och att fokuset låg på TikTok och inte dem som individer.

## Metoddiskussion

I en kvalitativ studie menar Tracy (2010) att det finns vissa kriterier för god kvalitet: hög validitet, transparens, etiska överväganden, studiens resonans samt studiens viktiga bidrag till forskningen (2010:840). *Validitet* innebär att man undersöker det man ämnar undersöka, använder metod som är väl anpassade till valda teorier och kopplar till tidigare forskning (2010:848). *Transparens* innebär att man är transparent om dels tidigare förförståelse, dels metod och eventuella svårigheter i den (Op. cit., 842). Att vara *etisk* innebär att ta hänsyn till forskningsetiska övervägande i datainsamling samt den kulturella kontext man befinner sig i (Op. cit., 847). Studiens *resonans* innebär studiens överförbarhet och generaliserbarhet i andra situationer och sammanhang (Op. cit., 844-845). Det viktiga *bidraget till forskningen* innebär att man antingen teoretiskt, praktiskt eller metodologiskt bidrar med ny kunskap (Op. cit., 845-846). Följande är en diskussion om hur vi ska uppfylla dessa krav.

## Validitet

Steele och Brown (1995) menar att det inte bara är ett specifikt medium som påverkar identiteten utan det är alla medier i kombination som bidrar. Vi använder oss av modellens komponenter men väljer att applicera den på endast ett medium, TikTok. Vi menar att trots att modellen i sin ursprungliga version är tänkt att appliceras på hela mediekonsumtionen är den användbar även i vårt fall eftersom komponenterna i Media Practice Model är till för att undersöka den sexuella identitetens reproduktion i relation till medier.

Vi är fullt medvetna om att vi inte kan uttala oss om TikToks effekter på unga tjejers sexualitet, för ett sådant anspråk hade en annan metod behövt tillämpas som tagit hänsyn till fler medier och faktorer. Eftersom vi endast vill undersöka unga tjejers sexuella



identitetsskapande genom deras upplevelse och erfarenhet av sexuellt innehåll på TikTok anser vi att modellen trots en förenkling kan hjälpa oss att uppfylla vårt syfte. Därför anser vi också att metoden är anpassad för att uppnå sitt syfte och därmed uppfyller ett viktigt validitetskrav för kvalitativa studier (Tracy 2010:848).

En annan risk vi ser är att intervjupersonerna inte talar sanning eller censurerar sina svar för att det kan upplevas genant eller utanför den upplevda normen. Som tidigare forskning visat finns det en tydlig bild av vad som är " normalt " inom sexuell identitet och sexuellt identitetsuttryck (Rich, 1993, i De Ridder, 2017:2). För att hantera detta anpassade vi intervjufrågorna för att de inte skulle upplevas påträngande eller alltför inriktade på sexuellt innehåll. Vi började därför med uppvärmningsfrågor om allmän användning av TikTok och försökte variera mellan mer sexuellt inriktade frågor och mer allmänna.

Intervjuer som sker i par kan påverka vissa svar då samtalspartnern kan rätta, avvisa eller uppmuntra vissa svar beroende på vilken relation och hierarki som råder dem emellan. För att inte gå miste om mer fördjupade svar eller tankar behöver detta motarbetas genom att fördela ordet samt bekräfta att avvikande svar är okej. Detta för att göra att de känner sig trygga att fortsätta sina resonemang trots eventuella reaktioner från samtalspartnern.

Att intervjusituationerna skiljer sig från varandra kan påverka intervjupersonernas upplevelse av intervjun. Nackdelen med Zoom-intervjuerna är dels att tekniska problem kan uppstå och göra det svårt att höra eller tolka vissa svar, dels att råka avbryta intervjupersonen på grund av fördröjningar. Detta kan påverka validiteten då svar kan feltolkas och bidra till systematiska fel i analysen. Detta ska försöka motverkas genom att be personen att upprepa, eller be att fortsätta vid oavsiktlig avbrytning. Fortsättningsvis har vi i de datoriserade intervjuerna möjlighet att i efterhand kunna gå tillbaka och ta hänsyn till min- och kroppsspråk för att ytterligare tolka intervjupersonernas intention medan vi i de intervjuer som bara spelats in med ljudinspelning måste förlita oss på vårt eget minne. Därför är det bra att vi deltar båda två eftersom vi då kan jämföra våra upplevelser och minnen.

## **Transparens**

Transparens handlar om att tydligt redogöra för utformning av studien vilket vi har gjort tidigare i metodkapitlet, utöver det handlar det om att redogöra för egen förförståelse och hur den kan ha påverkat studien. Vår egen förförståelse spelar in och påverkar såväl utformningen

av studien som tolkningen av resultat. Vi är båda vita kvinnor från medelklassbakgrund med egen erfarenhet av att vara kvinnor, att växa upp med sociala medier och att bli sexuellt socialiserade av detta. När vi skrev intervjuguiden till exempel funderade vi över en fråga om vilka könsroller som förmedlades i det sexuella innehållet på TikTok men efter diskussion insåg vi att frågan färgades av vår feministiska lins och riskerade att bli ledande. Vi valde därför att formulera om frågan till: *Vad är bra respektive dåligt sex enligt TikTok och håller ni med?* Vi har aktivt diskuterat och jobbat med att få syn på vår egen förförståelse och ifrågasatt våra första instinktiva tolkningar i analysen.

## **Etik**

I metodbeskrivningen ovan framgår hur vi sökte informerat samtycke, resonerade om intervjupersonernas ålder och hur vi säkerställde anonymitet. Ett problem vi upptäckte när vi utformade intervjuguiden är att det är svårt att ta hänsyn till Lived Experience (Media Practice Model) och tidigare sexuell erfarenhet (Sexual Self Concept). I en intervjusituation kan frågor om socioekonomisk bakgrund och tidigare sexuell erfarenhet lätt upplevas påträngande och dessutom svårt att anonymisera i det slutgiltiga arbetet om vi exempelvis skulle få flera intervjupersoner från samma gymnasium. Vi funderade i första stadiet på att inkludera en enkät för att kunna ta hänsyn till tidigare erfarenhet men valde bort detta dels för att intervjupersonerna är unga och etiskt kändes det inte rätt att fråga dem rakt ut om sexuella erfarenheter, dels att vi på grund av resurser inte hade haft tid att bearbeta data från enkäter. I stället hoppas vi kunna utläsa Lived Experience i intervjupersonernas svar, antingen manifest om de själva är bekväma och tar upp det, eller genom att vi själva kan utläsa det i det latent innehåll. Detta val kan försvåra utläsning av sexuell självuppfattning då erfarenhet hänger tätt ihop med graden av de olika dimensionerna i Hensels m.fl. (2010) definition. Som nämndes i Teorikapitlet så kan större sexuell erfarenhet innebära större sexuell självförtroende och öppenhet (Hensel m.fl., 2010:680-682). Det kan också innebära att vi inte får någon data där vi kan dra slutsatser om hur just tidigare erfarenheter påverkar hur tjejerna tolkar medieinnehållet på TikTok. Det vi däremot kan göra är att diskutera våra resultat i ljuset av fynden i tidigare forskning om sambandet mellan sexuell självuppfattning och erfarenhet.

## **Studiens resonans och forskningsbidrag**

Resonans innebär, som tidigare nämnt, studiens överförbarhet och generaliserbarhet på andra situationer och sammanhang (Tracy, 2010: 844-845). Den kvalitativa intervjuens tolkande

karaktär kombinerat med ett begränsat antal intervjupersoner gör att studiens syfte är att bidra med ny, fördjupad förståelse kring ett outforskat ämne. Detta genom att ta del av unga tjejers reflektioner och upplevelser av sexuellt innehåll och användning av TikTok. Således ligger grunden för studiens reliabilitet och validitet i intervjumaterialet och redovisningen och tolkningen av det. Därefter får läsaren avgöra studiens överförbarhet på deras specifika fall (Tracy, 2010:845)

Tidigare forskning finns på hur den sexuella självuppfattningen påverkar medievalen inom ramarna för Media Practice Model. Vi ämnar göra det motsatta, alltså hur man kan utläsa Hensel m. fl. definition av sexuell självuppfattning med hjälp av Media Practice Model på ett specifikt medium. Vi testar därför Media Practice Model och dess applicerbarhet på ett interaktivt digitalt medium för att sedan se om vi kan utläsa olika dimensioner av Hensel m.fl. (2010) definition av sexuell självuppfattning. Därmed hoppas vi kunna bidra med kunskap om hur väl dessa två modeller ihop kan användas för att utläsa unga tjejers sexuella självuppfattning i hur de interagerar med det sexuella medieinnehållet på TikTok. Med studien hoppas vi också kunna testa huruvida Hensel m. fl. definition av sexuell självuppfattning täcker en tillräckligt stor del av den sexuella identiteten eller om det finns aspekter som saknas för att ge en heltäckande bild. Vi hoppas därmed kunna göra ett teoretiskt bidrag till fältet.

Utöver det är målet att genom att styrka våra resultat i tidigare forskning och teori kunna nå teoriutveckling och att tidigare forskningsresultat antingen styrks eller motsägs. Till exempel att sociala medier fungerar som en fristad för tjejer (Stern, 1999; Stern, 2004; Grisso & Weiss, 2005; Hodkinson & Lincoln, 2008; Brown & Bobkowski, 2011), att identitetsskapande sker på ett nytt sätt på TikTok (Bhandari & Bimo, 2022), att samhälleliga värderingar påverkar unga tjejers tolkning av sexuellt medieinnehåll (Steele & Brown, 1995; Grisso & Weiss, 2005; De Ridder, 2017) och att diskussioner på sociala medier kring tjejers sexualitet kretsar kring den manliga njutningen (Grisso & Weiss, 2005). På så sätt hoppas vi uppnå teoretisk generalisering. Utöver det genomförs vår studie i en svensk kontext som också bidrar till ny kunskap eftersom forskning om sexuellt identitetsskapande efterfrågas i andra kontexter än den amerikanska (Hawk m.fl., 2006:352).

## Resultat

Följande redovisning av resultat inleds med en sammanfattning av övergripande motivationer för användning av TikTok bland våra intervjupersoner, därefter introduceras tre teman vi kunde utläsa från intervju svaren. 1. Inläring och att balansera mediebilderna, 2. Relaterbarhet och romantiska relationer, 3. Sexualisering och den feministiska tolkningsramen, dessa kopplas sedan till våra frågeställningar som berör *selektion*, *interaktion*, och *applicering* samt hur det kopplas till *sexuell självuppfattning*. *Selektion* handlar om val, vilket sexuellt innehåll unga väljer att ta del av och vilket de väljer bort och varför. *Interaktion* går att utläsa i hur unga värderar och tolkar det sexuella innehållet. *Applicering* handlar om *inkorporering* och *appropriering*. *Inkorporering* handlar om hur unga baserat på sin tidigare erfarenhet och värderingar omedvetet accepterar eller avvisar mediebudskap. *Appropriering* handlar om hur unga aktivt använder medier som ett sätt att uttrycka identitet, fantisera, navigera kulturella och sociala normer, hitta förebilder eller förstärka känslor. *Sexuell öppenhet* innefattar ett erkännande av sexuell upphetsning eller njutning och en känsla att ha rätt till vissa sexuella aktiviteter. *Sexuellt självförtroende* präglas av en positiv värdering av den egna sexualiteten, såväl som tankar, känslor och beteende samt ens egen uppfattning av kroppen i en sexuell kontext. *Sexuell ångest* innefattar obehag, spändhet och andra negativa värderingar kring sexuella aspekter av livet.

### Övergripande motivationer

TikTok var för alla intervjupersoner ett av de mest använda sociala medierna. Utöver TikTok använde de Instagram och Snapchat mest, Facebook användes nästan inte alls.

Användningstiden varierade mellan intervjupersonerna, från 1,5 timma till 12 timmar i veckan. Återkommande i många av intervjuerna var att intervjupersonerna motiverade sin användning av appen som ett sätt att undvika att hamna utanför. Utöver den sociala aspekten menade flera intervjupersoner att appen främst användes som ett tidsfördriv, underhållning eller för att lära sig saker om det man var intresserad av. Flera uttryckte även ett typ av beroende där det var svårt att slita sig från scrollandet för att man var rädd att missa något roligt som kom närmast. Vidare var det inte heller kreatörerna som är det intressanta på TikTok. Det var ytterst sällan intervjupersonerna kom ihåg namn eller följde specifika personer, det främsta fokuset låg på innehåll som dök upp på deras "For You Page". Den

största motivationen verkar därför vara det personligt anpassade innehållet. Det finns ett förtroende för algoritmen på TikTok och att den ska förstå intressen, humor och personlighet.

“Jag känner att min “För Dig Sida” är väldigt anpassad efter mig och då får jag bara upp innehåll som jag tycker är bra och som är positivt för mig.”

Beatrice 19 år

Intervjupersonernas upplevelser av appen samstämmer med tidigare forskningsfynd om hur TikTok präglas av att användarna har en stor medvetenhet om algoritmen och jobbar aktivt med innehållet för att göra den mer exakt (Shellewald 2022:5; Bhandari & Bimo, 2022:5). Motivationen till användning ligger därför inte i att nätverka i sina sociala cirklar utan snarare om att bli serverad och medvetet interagera med relaterbart innehåll som speglar deras egen identitet. Detta styrker tidigare forsknings diskussion om att identitetsskapande på appen går från “The Networked Self” till ett “Algorithimized Self” (Bhandari & Bimo, 2022: 9).

## Inläring och att balansera mediebilderna

*Selektion* gick att utläsa i genom att intervjupersonerna överlag motiverade en stor del av sina val av innehåll med att det ger någon form av ny kunskap. Att lära sig från TikTok var en genomgående trend hos intervjupersonerna och kunde vara allt från tips och råd om killar till preventivmedel. Cleo (18) uttryckte sig så här:

“Bara man har lärt sig någonting av en TikTok då har den lyckats tycker jag även om det är negativt eller positivt, bara man har lärt sig någonting. Så tycker jag man har lyckats.”

Cleo 18 år

Ward & Rivadenyra (1999:246) och Hawk m.fl. (2006:360) menar båda att inläring är en stor motivation för att ta till sig av medieinnehåll vilket kan förklara varför de tog del av det. Utöver det värderade de också informativt innehåll som positivt, vilket vi kopplade vi till *interaktion*. Anledningen till att intervjupersonerna värderade detta innehåll som bra var att de upplevde att det sexuella innehållet på TikTok kunde vara en motvikt till de ideal som presenteras i andra medier och uppfattades som mer äkta. Det kunde visa hur det egentligen var att ha sex, en slags ”reality check”. Det beskrevs också som en källa som normaliserade sexuella situationer och de själva, de fick också information om vad andra kan tycka om sexuellt och kunde hitta likasinnade.

“Ja, det [sex] känns ju inte samma för allihopa heller, då blir det lätt att folk tror ‘För att det inte funkar för mig så, då är det fel på mig, för nån annan har sagt att det ska va på det viset’ typ och då finns det såna på TikTok som säger att ‘Nä du är normal det är bara att det inte funkar för dig’”

Cecilia, 18 år

Sexualundervisning var något som intervjupersonerna upplevde som positivt för att det kunde lära unga saker som de inte kan diskutera med familj och vänner eller som inte tas upp i skolan.

”Gynekologinnehåll tycker jag bara är positivt, många utav dem är ju inte för att lägga ut roliga klipp, utan dem är ju där för att egentligen lära folket någonting. Så ibland är det kanske lättare att ställa en fråga till någon på TikTok än att gå fram att fråga någon så här liksom. Så dem tycker jag är jättebra att de finns”

Cecilia, 18 år

Som Yeo & Chu (2017), Grisso & Weiss (2005) och Cookingham & Ryan (2015) menar kan sociala medier agera en fristad för unga tjejer där de i trygghet kan diskutera och leta information och liknar därför tonårsrummet (Hodkinson & Lincoln, 2008:30). Detta styrks ytterligare av att våra intervjupersoner uppgav att de gärna var anonyma och innehållet de tog del av och skapade var privat tills dess att de valde att dela med sig av det till vänner precis som man kan stänga dörren till sitt rum. Tidigare forskning har också visat att medier blir en starkt socialiserande faktor, en slags super-peer, där man kan hitta sammanhang såväl som lära sig vad som är normalt och inte (Cookingham & Ryan, 2015; Yeo & Chu, 2017).

Det positiva är lärorikt innehåll som normaliserar och balanserar den vanliga mediebild, negativt innehåll däremot beskrev intervjupersonerna som missvisande information. Det menade de i stället kunde skapa osäkerhet hos unga men också de själva.

“[TikTok] ger en konstig bild, om jag var tretton eller någonting och fick upp sådana videos på när folk verkligen låtsades ha sex på kameran, [...] vet inte hur jag skulle reagerat då men nu kan jag ju bara scrolla bort det. Men om många yngre ser det tror jag inte det är bra”

Frida, 22 år

Bilden som kunde spridas på TikTok som intervjupersonerna ansåg vara missvisande var att killen skulle vara mer hårdhänt, kvinnan mer undergiven eller att kvinnor som utför oralsex får högre metabolism. Missinformation om sex har tidigare pekats ut som ett stort problem på

plattformen på grund av att det mesta innehållet är användarproducerat och svårt att kontrollera (Fowler m.fl., 2021:687). Risken med denna information var att de äldre intervjupersonerna ansåg att yngre som kanske har mindre erfarenhet inte har lika mycket egen kunskap att sätta emot informationen som spreds och då kunde ta till sig det. Tidigare forskning visar att tidigare erfarenhet är avgörande för hur väl man accepterar information som presenteras av medier, Ward och Rivadenyra (1999) menar att kvinnor lättare accepterar information om mäns sexuella upplevelse från medier eftersom de inte har den egna erfarenheten. På samma sätt kan detta indikera att egen sexuell erfarenhet är viktig för att kunna kritiskt tolka information om sex från medier.

Baserat på hur intervjupersonerna valde och värderade det informativa sexuella innehållet *applicerade* de också informationen på sina egna liv. Till exempel för att navigera sociala och kulturella normer, Ebba uppgav att hon hittade tips och råd om vad andra kan tycka om sexuellt och uttryckte att hon ibland ville prova dessa med sin partner eller skickade dessa till Elina för att diskutera det. *Appropriering* kunde utläsas i hur intervjupersonerna hittade förebilder, Steele & Brown (1995) menar att genom att hitta förebilder inom media som man identifierar sig med skapar man en förebild att efterlikna antingen i beteende eller värderingar (1995:568). Nästan alla intervjupersoner nämnde artisten Lizzo som beundransvärd, anledningarna centrerades kring hennes kroppspositiva inställning, öppenhet för att alla är olika och att hon helt enkelt var cool.

”Nä men jag tycker hon är väldigt såhär Body Positive [...] hon gör det också så här, ‘Alla kan göra likadant, kroppar i allmänhet äger, oavsett hur dem ser ut’ lite mer i det syftet, det blir inte det här ‘Du måste ha sex för att duga, du gör det på ditt villkor’”

Elina, 22 år

Återkommande hos alla intervjupersoner var att förebilderna var kvinnor och förespråkade ett feministiskt budskap och balanserade den vanliga mediebildens av hur kvinnor skulle vara eller bete sig sexuellt.

Att aktivt ta till sig information om sex och använda sig av den i relationer och dylikt indikerar ett högt *sexuellt självförtroende* då intervjupersonerna värderar sexuella beteenden och tankar som något positivt och eftersöker sätt att förbättra sina sexuella upplevelser. De värderar sin och sin eventuella partners njutning högt och diskuterar sätt att förbättra sex (Hensel m. fl., 2010:676). Det tydligaste exemplet på sexuellt självförtroende hittades bland

de äldre intervjupersonerna. När Ebba (23) pratade om det sexuella innehållet på TikTok berättade hon att det fyllde en stor funktion för henne då hon använde det som inspiration för njutning. Hon delade och diskuterade vad man tänker på med vänner och hade det även som en hjälp för att diskutera samlag med en partner.

“Mer så här, ja men kan man relatera till att man tycker att det här är hett. [...] eller tycker att det är något som man tänker på, eller ett försök att hitta folk som kanske tycker samma sak eller kanske också i informativt syfte för att tänka att, ja någon tycker det är hett liksom då kanske jag ska prova det på min partner, eller om jag ska be honom göra det på mig eller nåt sådant. Eller att, jag kanske säger det till Elina och bara ‘Tycker du om det här?’ Det blir mer en diskussion kring det hela.”

Ebba 23 år

Ebba visade på ett ansvarstagande i intima relationer och verkade värdera både sin egen och sin partners njutning högt. Detta kan bero på att hon har tidigare erfarenheter som gör att hon känner sig trygg att ta plats i sexuella situationer. Detta samstämmer med fynden i både Rostosky m.fl., (2008) och Breakwell & Millward (1997) studier där tjejer visade sig värdesätta sin egen njutning, samt ha större tilltro till sin sexuella förmåga än killarna i studien. Samtidigt kan Ebbas ansvarstagande kopplas ihop Breakwell & Millward (1997) där tjejer tydde på större ansvarstagande i relationer. TikTok hjälpte även Ebba att stärka sitt självförtroende genom att hitta andra som tänker på liknande saker. På så sätt kunde hon bekräfta att hon passade in och att hennes lust var normal, som tidigare hittats så fungerar medier som ett sätt att navigera sexuella och sociala normerna (Shafer m.fl. 2013:33).

Hensel m.fl (2010) menar att tidigare sexuella erfarenheter i många fall också tyder på ett större sexuellt självförtroende. Det är därför inte förvånande att de äldre intervjupersonerna och de som var i ett förhållande visade på detta. Cecilia (18) nämnde sin pojkvän flera gånger under intervjun. Hon var också den som var mest bekväm, påläst och fick mest information om sex jämfört med sin intervjupartner Cleo (18), som bekräftade att hon inte var i ett förhållande. Cleo uttryckte att hon gärna vände sig till Cecilia för råd om sex och Cecilia själv genomskådade myter om sex som fanns på TikTok och uttryckte en oro för de som inte hade egen erfarenhet att ställa emot.



“Allt möjligt egentligen för någon som aldrig har haft sex är det jättelätt att få den att tro massa grejer typ, jag kan ju säga till Cleo, ‘Så här ska det vara’. Så kanske hon inte vet det, man kan ju säga i princip vad som helst till någon som kanske inte vet.”

Cecilia 18 år

Den största indikationen på hög *sexuell öppenhet* hittades också i den äldre gruppen av intervjupersoner. Sexuell öppenhet innebär som bekant att erkänna sexuell upphetsning, attraktion samt en nyfikenhet inför olika sexuella aktiviteter (Hensel m. fl, 2010:675). Ebba (23) var den intervjuperson som tydde på störst *sexuell öppenhet* då hon visade på stor trygghet när hon pratade om det sexuella innehållet på TikTok. Hon uppmärksammade sin egen sexuella njutning, aktiviteter hon ville testa och hade en personcentrerad syn på sex vilket märktes i hur hon pratade om innehållet.

“Men skulle säga att majoriteten handlar om kvinnors njutning typ. Också att lite mer, att det här klassiska vanilla sex skulle vara mindre intressant, utan att man mer rollspel [...] att killen ska vara lite dominant till exempel och att det ändå ska vara lite mer, inte nödvändigtvis Fifty Shades of Grey vibbar utan mer fokus, medvetande och engagemang, mer sådana saker.”

Ebba, 23 år

Frida (22) berättade att en av de främsta anledningarna att hon följde folk var för att de var snygga, hon delade också med sig väldigt mycket av sitt TikTokflöde som var mer explicit än de andra intervjupersonerna och beskrev exempelvis innehåll där tjejer blev smiskade, eller killar låtsades ha sex och tryckte upp någon mot en vägg. Hon beskrev vissa saker som “freaky” och “sjuka” men uttryckte också att de var okej och hade inga problem med att prata om innehållet, även om hon var noga med att det inte var något för henne. Det fanns ändå en nyfikenhet inför vad andra höll på med sexuellt och den informationen kunde hon ta del av på TikTok.

Frida: Bara att folk kanske är väldigt freaky, det är inte något som rör mig men de kan vara väldigt freaky, väldigt. Vilket är okej men det kan vara väldigt sjukt, sådana videos ibland

Intervjuare: Som kommer upp på din For You Page då?

Frida: Ja det kan väl hända [skratt] men det är väl inte något som har lärt mig om sex för mig, utan mer att se vad andra håller på med.

Frida 22 år

Låg *sexuell öppenhet* yttrade sig däremot då Alva efter ungefär halva intervjun försökte prata om att hon fått tips och information om sex på TikTok. Då Amanda inte hade fått liknande innehåll och reagerade skeptiskt blev Alva mer osäker och tveksam och gick inte in djupare på ämnet. Som tidigare forskning har visat på så spelar vänner en stor roll i den sexuella socialiseringen och unga vänder sig till dem för att navigera sociala normer (Yeo & Chu 2017:760, Grisso & Weiss, 2005). Detta kan också tyda på att Alva har en sexuell nyfikenhet och öppenhet men att det *sexuella självförtroendet* är lägre och hon kände sig därför inte säker nog att diskutera ämnet.

## Relaterbarhet och romantiska relationer

*Selektion* yttrade sig i att flera av tjejerna uppgav att de tagit del av innehåll om romantiska såväl som sexuella relationer. En vanlig motivation var att det var relaterbart, att man kunde känna igen sig i mediemodellen antingen i ålder, nationalitet värderingar, eller att det var applicerbart på deras egna liv. När de upplevde att de kunde relatera till innehållet värderade de också det som bra, på så sätt visade sig *interaktion*. Denise (19) förklarade att hon var i en period i sitt liv där hon dejtade mycket och berättade om en kreatör vars dejtingtips hon brukar ta del av och fick frågan varför hon tyckte om just henne:

“Ja men det är väl typ för att hon är sig själv och hon snackar mycket om sin relation med någon grabb hon dejtade och man kan sätta sig in i hennes situation typ.”

Denise 19 år

*Inkorporering* kring relationsskapande kretsade mycket kring de mediebudskap de omedvetet hade accepterat sen tidigare. Ett återkommande var det som Steele och Brown (1995) också hittade, den romantiska myten. Det fanns en övertygelse hos intervjupersonerna att det finns själsfränder eller en “rätt person”. Cecilia, Elina, Frida och Beatrice hade alla fått upp klipp som pratade om att deras själsfrände snart skulle komma eller att de redan hade hittat den. Elina pratade om att hon hade en idealbild av sin framtida pojkvän som någon som skulle planera dejting, köpa blommor och drog liknelsen till vad hon sett i tonårsfilmer. Det hela utmynnade i en kravlista.

”Jag har ju ett krav, ett mentalt krav på killarna jag dejtade, jag kan inte bli seriös med dem förrän de uppfyller vissa krav. Och jag tror typ att den var någonting jag fick ifrån TikTok från början. Att, typ så här ska min framtida pojkvän vara”

Ett annat tydligt mediebudskap som intervjupersonerna fick var om män. Medieinnehållet listade icke-önskvärt beteende hos män i relationer, så kallade Red Flags, varningstecken i relationer med män som man som kvinna ska se upp för. Frida (22) berättade att hon fick innehåll som menade att om en man bara vill träffa dig på kvällarna är han inte intresserad av dig på riktigt. Beatrice (19) menade att mycket av innehållet hon fick upp om dåliga relationer hade fokus på att det var männen som hade gjort fel, att de hade manipulerat kvinnan eller varit elak. I intervjun med Amanda (18) och Alva (17) berättade de om innehåll där tjejer pratade om att de inte visste att man kunde ha relationer där mannen inte slog en eller att de hade blivit lyckligare när de gjort slut med sin pojkvän. Ett tydligt mediebudskap var således att män beter sig illa mot kvinnor i och utanför relationer samt råd om hur man skulle hantera det. Dessa budskap accepterades och *inkorporeras* i deras egen tolkningsram. Beatrice (19), berättade om ett klipp hon sett där kreatören, en kvinna, hade pratat om att hon skulle gå tillbaka till sitt ex som hade gjort ”dåliga saker”. I kommentarsfältet hade hon fått stöd från andra kvinnor i sitt beslut vilket Beatrice motsatte sig. Denna tolkning kom från hennes tidigare inkorporerade mediebudskap om att män beter sig illa och att kvinnor förtjänar bättre.

Enligt Steele och Brown (1995) är att förstärka eller hantera känslor ett vanligt exempel på *appropriering* (1995:55). Våra intervjupersoner använde TikTok för att förstärka eller gå in i sina känslor. Flera intervjupersoner svarade att de grätit i långa stunder till innehåll på TikTok som de upplevde som sorgligt. På samma sätt hade de hittat innehåll som reflekterat deras sinnesstämning om de hade romantiska relationer som inte gick bra för stunden.

”Ja men någon gång så har man legat i sitt rum och känt sig heart broken över någonting så har någon lagt ut: ’Ni vet den här känslan när det är så här’ Och man bara ja jag vet jag känner det nu”

Cecilia, 18 år

Ett annat vanligt sätt för intervjupersonerna att använda sig av medieinnehållet var att uttrycka identitet, de uppgav att de ofta delade klipp med sina vänner, dels för att förklara delar av deras egen identitet, tankar och känsloliv, men också för att förklara varandra i relationer. Intervjupersonerna använde också TikTok för att fantisera om hur en idealpartner skulle vara, till utseende såväl som beteende. De skickade klipp till sina vänner, sparade det

till sina telefoner och Cecilia som hade en partner skickade även sådana klipp till sin pojkvän. Cleo skickade klipp till Cecilia och andra vänner på killar på TikTok som hon skämtade om att det var hennes framtida pojkvän.

”Ja men typ så här [...] utseende, rösten, träning ja, att någonting är attraktivt med den andra personen, då kan jag bara ’Cissi det här är min man PUNKT du får inte ta honom’”

Cleo, 18 år

Råd om romantiska och sexuella relationer hjälpte också intervjupersonerna att hantera sina egna dilemman och relationer. Återkommande var råd om hur man får en kille att tycka om en och inte bara vilja ligga med en och hur ofta man skulle ha samlag i en relation eller ge oralsex till sin partner. Detta överensstämmer med det Grisso & Weiss (2005:45) tidigare visat, att diskussioner om tjejers sexualitet ofta kretsar kring hur de ska behaga mannen.

“För jag får upp ganska mycket så här, ‘om du gör så här så kommer killen att älska dig.’ Och ‘Killen älskar när du gör så här eller ser ut så här’. Och man bara ‘Jaha men jag gör ju inte så, jag ser inte ut så’, då blir det ju så här, ‘Ja men vad ska jag göra typ?’”

Denise 19 år

Att erkänna sexuell upphetsning eller attraktion kan tyda på *sexuell öppenhet*. Nästan alla intervjupersoner hade någon gång skickat TikToks av snygga personer till varandra för att förmedla hur en idealpartner skulle se ut eller vara. Det gick att utläsa i vissa av parintervjuerna att den ena verkade ha mer öppenhet än den andra. I intervjun med Amanda (17) och Alva (16) så fick de frågan om de tipsar varandra om snygga personer på TikTok.

“Amanda: Ja, det kan hända att man skickar till varandra bar ‘Jävlar vad den här personen ser bra ut’

Alva: Nej

Amanda: Jo det kan hända för mig till vänner för att ‘Kolla här, han är snygg’

Alva: Det behåller jag till mig själv

(De skrattar)

Amanda: Fan dela med dig lite.”

Alva uppgav att hon sparade ner TikToks av snygga killar eller skådespelare men var snabb med att lägga till kommentaren “no shame” som om det vore pinsamt att hon gjorde det. Amanda kändes mer avslappnad och självsäker i att uttrycka attraktion. Exempelvis tog hon upp en TikTok som hon kände igen sig i där en tjej pratade om att ha en “flygplatsflört”

“Det var också någon tjej som lade ut en video på typ flygplatsen, så filmade hon en kille och bara ‘This is my airport crush’ och det är alltid så när man är på flygplatsen är det alltid någon kille där så man blir lite ‘What the fuck’, han är precis lika gammal som mig och han är fett snygg. Det finns alltid något man relaterar till”

Amanda 17 år

Det fanns andra som likt Amanda skickade killar till sina kompisar. Cleo (18) förklarade att hon skickade killar hon tyckte var attraktiva till sina kompisar för att “[...]Det här är min man PUNKT du får inte ta honom”. Vilket kan tolkas som ett skämtsamt sätt att förklara för vänner vad man tycker är attraktivt.

Det fanns exempel på situationer då TikTok verkade sänka intervjupersonernas *sexuella självförtroende*. Ebba som över lag hade visat på högt självförtroende beskrev hur även hon kan bli osäker på grund av det innehåll hon fick upp på TikTok.

“När det börjar komma till att folk klär av, då kan det bli mer så här att ‘Oj är inte jag sexig för att jag inte ser ut så?’ Dels hos unga, men också hos mig. ‘Ser inte jag ut så där? Tycker inte min partner om att ha sex med mig då? Om jag inte gör så här, om jag inte’... Det kommer mycket TikToks om ‘Åh han älskar när du går ner på honom’... ‘Gör inte jag det tillräckligt? Älskar inte han mig då?’”

Ebba 23 år

När hon såg medieinnehåll som anspelade på osäkerheter hos kvinnor i heterosexuella relationer kunde hon ifrågasätta sin egen relation och sin partners syn på henne. Som Ward och Rivadenya (1999) visat är det lättare att acceptera mediebudskap när man själv inte har erfarenhet av det. Ebba har inte erfarenheten av att vara en man och att ha en manlig sexualitet och kunde därför lättare ifrågasätta sig själv.

Denise (19) började också ifrågasätta sig själv på grund av de “killtips” och budskap hon fick via TikTok. Denna osäkerhet var genomgående i Denise intervju och hon berättade att många av

de klipp hon skickade till vänner handlade om att bli avvisad av killar för att hon kände att hon kunde relatera till dem. Hon gjorde också eget innehåll på samma tema där en var på henne själv där hon sprang ifrån och blev jagad av kameran med texten “*När du inser att du måste berätta vad du egentligen känner för honom.*” Detta tyder på en osäkerhet i situationer som handlar relationer och attraktion som också bekräfts genom att reproducera bilden genom att skapa eget innehåll och skicka till kompisar. Shafer m. fl. (2013) menar att självpresentationer som utövas framför en publik gör det porträtterade till en mer central del av identiteten (2013:26-27). På så sätt kan man förstå Denise egen produktion av innehåll som en förstärkning av hennes identitet som olyckligt kär.

Elina (22) visade på en låg *sexuell ångest* i sättet hon pratade om samtycke och hur det var grundläggande. Hon lade stor vikt på att relationer och sex ska vara på bådass villkor och skulle sträva efter att tillfredsställa varandras behov. Enligt Hensel m fl. (2010) är en oro för att bli sexuellt utnyttjad eller inte kunna säga ifrån i sexuella sammanhang ett tecken på hög sexuell ångest (2010:677). Elina visade därför på låg sexuell ångest och en tilltro till sin egen förmåga att sätta gränser.

“Det är väldigt mycket som jag får upp [...] hur man kan tillfredsställa de här kärleksspråken. Dels för att liksom få den andra personen att känna sig älskad, men också att kunna älska den personen på bådass villkor. Och då är det väldigt, väldigt sexualbaserade tips när det kommer till den här physical touch språket.”

Elina 22 år

## Sexualisering och den feministiska tolkningsramen

Här utläste vi *selektion* genom att det innehåll som upplevdes för explicit eller endast var fokuserat på att vara snygg eller sexig valdes bort. Över lag upplevdes också att det populäraste innehållet på appen och det som var trendigt ofta var danser vilka nästan alltid upplevdes sexuella eller utseendefixerade och att musiken som fanns att använda på appen främjade detta:

“Ja för grejen är, TikTok har massa sådana rump sounds, asså grejer du kan twerka till, [...] Så är det fler och fler som ska twerka och hålla på och då blir det att du bara ser en massa såna videos. För om nåt trendar på TikTok då kommer det upp hela tiden”

Cecilia 18 år

Flera har också upplevt innehåll som antyder till porr, antingen är det porrstjärnor som bor ihop i ett hus och marknadsför sig via TikTok, par som är lite “väl öppna” och gnuggar sig mot varandra eller tjejer som sitter på livesändningar och blir styrd av folk i kommentarerna. Detta upplevs av intervjupersonerna som obekvämt och menar att sådana uttryck inte hör hemma på plattformen. Det kan också vara censurerad porr med en länk som leder till en annan sida.

Alva: Det är ju inte så här ljud utan de har bara blurrat, men det är ju lite, jag blir ju lite obekvämt av det

Amanda: Minst sagt

Alva: Det är ju verkligen bara en blurrad skärm, att det blir, det är ju bara så här och lite konstigt ljud, det gör ju att man bara men gud vad är det som händer

Amanda: (instämmande ljud)

Alva: Sådana grejer är ju lite så här, de är lite men vad fan, men det enda man gör är ju att swipea bort det, jag brukar trycka på “inte intresserad “

Alva 16 år & Amanda 17 år

Även bland det mindre explicita innehållet uppgav intervjupersonerna att de valde bort innehåll där mediemodellen, oftast en tjej, ”bara var snygg” och inte bidrog med annat innehåll än deras utseende. Det beskrevs som tjejer som bara stod eller dansade och det var tvunget att finnas någon typ av humor för att fånga deras uppmärksamhet. Det upplevda ytliga innehållet värderade de också som sämre, som på så sätt kunde knytas till *interaktion*.

“Asså jag tycker inte det är kul att kolla på varken en kille eller tjej som håller på, på det viset. Man bara ‘jaha du skakar på din rumpa, vad kul’ [...] det är bara stelt att kolla på så jag bara fortsätter scrolla vidare”

Cecilia 18 år

På samma sätt värderade de sexuellt explicit innehåll som sämre när det anspelade på pornografi, Ebba och Elina jämförde den typen av innehåll med blottning, det var inte något de själva var ute efter att se och hade inte heller samtyckt till att se det.

Elina: ”Då ska man kunna vara på TikTok utan att riskera se sådant innehåll. Det blir nästan lite blottning av det i stället”

Ebba: ”Ja precis, det blir lite det här ofrivilliga porren”

Ebba, 23 & Elina, 22 år

Innehåll som bara fokuserade på kvinnors utseende eller sexuella aspekter av kvinnokroppen verkade enligt intervjupersonerna reproducera en stereotyp bild av kvinnor som blåsta eller ”bara snygga och sexiga”. Mycket tydde på att kritiken för det mesta grundades i resonemang som kommer från tidigare värderingar kring objektifiering och att anpassa sig efter den manliga blicken (Mulvey, 1975, i Stefanovic & Gruić Parać, 2021). Detta avvisande av medieinnehåll på grund av tidigare värderingar är ett exempel på *inkorporering*.

Pornografiskt innehåll valdes helt bort av intervjupersonerna men det skedde däremot en förhandling när det kom till mindre explicit och bara utseendefixerat innehåll. När de började kritisera kvinnliga kreatörer verkade de plötsligt ångra sig och korrigerade uttalandet.

Alva: [...] Jag blir typ arg, jag blir typ arg att Charlie D’Amelio blir känd, varför vill någon se henne? För att hon är snygg och kunde dansa?

Amanda: Ja men typ

Alva: Fast hon är ju fin

Amanda: De är ju faktiskt väldigt fina

Alva, 16 år och Amanda, 17 år

De feministiska värderingarna intervjupersonerna hade gjorde det svårt för de att kritisera kvinnliga skapare trots att de inte tyckte att innehållet var intressant. Det mesta innehållet som kvinnor gjorde var således acceptabelt eftersom det var gjort av just kvinnor. När intervjupersonerna själva inte korrigerade sin kritik gjorde i stället deras vän i parintervjuerna det.

Cleo: Men tycker du att det är sexuellt att man dansar naket i bikini?

Cecilia: Men det beror på asså du vet-

Cleo: Eller är det för att killar tycker det också har du också-



Cecilia: MEN NÄ, men jag tycker typ att vissa tjejer, alltså absolut du kan lägga ut en bikinivideo på dig själv, men vissa tjejer verkligen går all in. För att de vill ju att man ska kolla typ.

Cleo: Eller så är dem så stolta över sig själva och verkligen så här

Cecilia 18 år & Cleo 18 år

Detta indikerar precis som tidigare forskning visat, att det inte bara är ens värderingar som spelar in utan att mediesocialiseringen sker mellan vänner också (Steele, 1999; Shafer m.fl, 2013; Brown, 2000 & Bleakley m fl., 2009). Diskussionen mellan Cecilia och Cleo var intressant eftersom det var tydligt att de båda hade en feministisk lins de såg på innehållet genom men med olika utgångspunkter, en i objektifiering och en i att kvinnor har autonomi över sina kroppar.

De Ridder (2017) och Grisso & Weiss (2005) har tidigare visat att det finns starka och omedvetna värderingar kring vad som är normalt och okej att göra som till exempel en kvinna som producerar medieinnehåll. Intervjupersonerna hade tidigare värderingar kring vad normen för kvinnor är, vad kvinnans roll i samhället är och hur kvinnor sexualiseras. De värderade sämre innehåll som det som anspelade på sexualisering och objektifiering och motsatte sig den porträtteringen av kvinnor eftersom den inte var i linje med vad de ansåg en feminist bör vara. På samma sätt korrigerade deras bild av sig själva som feminister deras värdering av innehållet som sämre eftersom de också hade en bild av att man som kvinna ska stötta andra kvinnor.

Hensel m. fl. (2010) menar att ett *sexuellt självförtroende* innebär att man kan erkänna att ens kropp är sexuell (2010:676). Amanda (17) föreslog trevande att en av hennes TikToks kanske kunde vara sexuell men blev snabbt rättad av Alva. Alva och Amanda visade på lägre sexuell självförtroende då de, precis som de andra intervjupersonerna, inte vill se sitt egenproducerade innehåll som sexuell trots att de deltar i vad de tidigare kallat sexuella trender.

Amanda: Den här videon [visar video] min kompis, jag tänkte inte på det innan men man ser ju väldigt mycket av hennes bröst och kanske till och med under klänningen. Man tänkte ju inte på det förrän efter

[Visar Alva och beskriver den igen]

Amanda: Jag vet inte om det är sexuellt men det kan det ju vara-

Alva: Skulle inte jag säga, she's hot

Amanda: She's hot

Alva 16 år och Amanda 17 år

Hög *sexuell ångest* kunde utläsas i de intervjupersoner som ofta försökte leda bort från ämnet, de svarade ofta kort på frågor som var mer sexuellt orienterade och blev obekväma. De hade desto mer att säga på de frågor som rörde TikTok allmänt. De blev ofta tveksamma, fnittrade mycket eller uttryckte att de tyckte innehållet var pinsamt. Exempelvis en manlig kreatör som ofta stod och visade upp sina magmuskler.

“Alva: Det gör ju inget gott att han är där, jag ryser för jag tycker det kan vara så skämmigt ibland, det blir som ‘Men gud vad gör du?’”

Alva 16 år

Dessa tjejer var också noga med att poängtera att deras innehåll bara var roligt och aldrig sexuellt, att de hamnade på den roliga sidan av TikTok och innehållet de gjorde själva endast var i humoristiskt syfte.

Alva: Jag skulle inte säga att jag har det, jag kollade igenom mina och tycker inte det

Amanda: Våra, när vi stod och dansa

Alva: Just det, det var ju den, vi stod och dansade lite, det var inte *sexuellt* skulle jag säga

Amanda: Nej, don't think so

Alva: Den var rolig

Alva 16 år och Amanda 17 år

Beatrice visade en TikTok där hon var iklädd bikini och hennes syster sprayade solkräm på hennes ben till ljud från TV-programmet *Drag Race*. Det funderade hon snabbt på om den

kunde anses sexuell men kom fort fram till att den inte var det. Hon var slutligen också noga med att förklara att det inte fanns något sexuellt bland hennes TikToks.

“Nej men jag har inget sexuellt, nej, barnvänlig TikTok”

Beatrice 19 år

## Slutsatser

Slutsatserna kommer presenteras utifrån varje frågeställning i ordningen *selektion*, *interaktion*, *inkorporering* och *appropriering* för att till sist sammanfatta vad vi kan utläsa om *sexuell öppenhet*, *sexuellt självförtroende* och *sexuell ångest* utifrån dessa.

Vid besvarandet av forskningsfrågan som rör *Selektion: Vad säger valet och motivationen av sexuellt innehåll på TikTok om unga tjejers sexuella självuppfattning?* Framkom det att det sexuella innehållet som intervjupersonerna tog del av var brett, allt från sexualkunskap, sexuellt explicit innehåll, tips på hur man får en mer sexuellt attraktiv kropp till relationsråd. En stor motivation att ta del av sexuellt innehåll var *lärande*; att få råd om killar, sexuell hälsa och hur man navigerar romantiska relationer. Intervjupersonerna upplevde att TikTok var en bra plattform för att anonymt kunna hitta information om sex som de annars inte hade fått. På samma sätt valde de bort innehåll som de upplevde förmedlade *missvisande information*. En annan stor motivation var *relaterbarhet*, kunde de applicera situationen på sitt eget liv eller känna igen sig i mediemodellen var det mer sannolikt att de stannade kvar och tog del av innehållet. De vanligaste anledningarna till att man valde bort innehåll var när det upplevdes vara *sexualiserat*, antingen genom att angränsa till pornografi eller att det objektifierade kvinnor eller där mediemodellen bara upplevdes som snygg utan att bidra med något annat innehåll. Utöver dessa vanliga motivationer menade våra intervjupersoner att kreatörerna på TikTok inte var lika viktiga som innehållet, i stället fanns det en tilltro till algoritmens förmåga att leverera skraddarsytt innehåll som i förlängningen återspeglade deras egen identitet.

Resultatet av den andra forskningsfrågan angående *interaktion: Vad säger värderingen och tolkningen unga tjejer gör av sexuellt innehåll på TikTok om deras sexuella självuppfattning?* tydde på att sexuellt innehåll med syfte att *lära ut* värderades som bra innehåll då det upplevdes *balansera mediebilden* om hur sex ska se ut eller sexualitet ska uttryckas. Dessutom kunde man *normalisera* sin egen lust genom att hitta likasinnade. Utöver det såg intervjupersonerna TikTok som en *informationskälla* för sexualkunskap i de fall man inte får tillräcklig information på annat håll. Det negativa sexuellt informativa innehållet var det som intervjupersonerna beskrev som *missinformation*, något som som förmedlade en missvisande bild av sex. Intervjupersonerna menade att om man själv inte har kunskap eller *erfarenhet* att ställa emot informationen som levererades fanns det risk att man fick en felaktig bild av sex och sexualitet. *Relaterbart* innehåll värderades som positivt av intervjupersonerna då de

kunde applicera informationen på sina egna situationer. Innehåll som endast fokuserade på *utseende* och *sexualisering* värderade intervjupersonerna som sämre innehåll. Återkommande var diskussioner om att detta innehåll inte bidrog till något eller var innehållslöst. Ytterligare upplevdes sexuellt explicit innehåll som något dem blev utsatta för snarare än att de valde att ta del av det. Detta beskrevs som en ofrivillig porr och jämfördes med blottning. Överlag var åsikterna kring sådant innehåll att det skulle hållas privat eller att det upplevdes pinsamt.

Den första delen av den tredje forskningsfrågan som rör *inkorporering*: *Vad säger hur unga tjejer accepterar eller avvisar sexuella budskap på TikTok om deras sexuella självuppfattning?* Visade att den tydligaste tolkningsramen vi kunde hitta hos intervjupersonerna var feministisk, den påverkade hur de antingen accepterade eller avvisade medieinnehåll. När de såg sexuellt explicit innehåll med kvinnor var deras beskrivning av det att kvinnan var objektifierad eller undergiven mannen. Däremot gjordes också uttalanden där kvinnor var stolta tog makt över sin kropp och gjorde det av egen vilja. En del av innehållet var svårt att kategorisera som feministiskt eller icke-feministiskt. Där såg vi en intern strid mellan den *feministiska tolkningsramen* att kvinnor objektifieras och den där kvinnor tar makt över sin egen kropp. Återkommande teman bland de budskap de själva tog till sig var den om den *romantiska myten*. Det fanns en tro på själsfränder och tonårsfilmsromans. Utöver fick de budskap om röda flaggor man skulle se upp för i relationer och dejting med män. Båda dessa budskap accepterades, inkorporerades och applicerades även i vissa fall.

Den andra delen av tredje forskningsfrågan som behandlar *appropriering*: *Vad säger hur unga tjejer använder sexuellt innehåll från TikTok i sitt identitetsuttryck om deras sexuella självuppfattning?* Synliggjorde att intervjupersonerna genomgående valde innehåll för att *förstärka känslor*. När de exempelvis var hjärtekrossade tog de del av innehåll som reflekterade detta. Vidare *uttrycktes identitet* dels genom att beskriva sig själv genom att ställa det i motsats till annat, de var roliga, inte sexiga. De producerade eget innehåll om osäkerhet i relationer och delade innehåll med sina vänner, antingen om "sin typ av kille" eller kärlekssituationer. *Förebilderna* de hittade var mediemodeller som liknade de själva, kvinnor som förespråkade ett feministiskt budskap i form av kroppspositiva värderingar eller att man inte behöver ha sex för att duga. När de använde TikTok för att *fantisera* gjorde de det om framtida idealpartners. Tips de fick om dejting och relationer applicerade

de i sina egna relationer eller situationer, hur de skulle få en kille att tycka om dem, hur de skulle se ut, vad man kan prova i sexuella relationer, varningstecken i relationer och vad man vill ha i en relation. På så sätt användes TikTok för att *navigera sociala normer* och som en form av måttstock för framtida relationer.

Med hjälp av dessa forskningsfrågor om unga tjejjers sexuella identitetsskapande på TikTok utläste vi, för att svara mot syftet, deras *sexuella självuppfattning*. *Sexuell öppenhet* kunde utläsas i och med att nästan alla kunde erkänna attraktion genom att dela innehåll på snygga personer till varandra, där det skiljde sig var hur villiga och bekväma de var att prata om det. Den som indikerade störst sexuell öppenhet var bekväm och utförlig när hon pratade om sexuellt innehåll och menade att hon följde kreatörer endast för att de var snygga. En annan indikator på hög sexuell öppenhet var när en av intervjupersonerna berättade om tips och råd om sex hon fått från TikTok samt vad hon var attraherad av och tänkte på. Låg sexuell öppenhet präglades av att intervjupersonerna var återhållsamma när ämnet kom att handla om sexuellt innehåll och attraktion, de uttryckte att sexuellt innehåll var pinsamt eller privat.

Tecken på högt *sexuellt självförtroende* var då de hittade inspiration för sin och sin partners njutning och diskuterade sådant innehåll med partner samt vänner. Det fanns också exempel på hur TikTok används för att stärka det sexuella självförtroendet då appen kunde användas för att normalisera den egna sexuella lusten genom att hitta fler som fann samma sak upphetsande. Något vi fann var att intervjupersoner med tidigare sexuell erfarenhet verkade ha högre sexuell självförtroende, var mer bekväma och mer pålästa om sex. Denna erfarenhet gjorde enligt egen utsago också de mer benägna att genomsåda sexuella myter.

Vad som kunde väcka en sexuell osäkerhet var sexuellt innehåll där de inte kunde relatera, antingen genom att de inte såg ut som mediemodellen eller gjorde samma sexuella aktiviteter. Detta fick även de med vanligtvis hög sexuell självförtroende att ifrågasätta sig själva i en sexuell kontext. En av de med lågt sexuell självförtroende reproducerade också den bilden av sig själv i sitt egenproducerade innehåll och bekräftade bilden av sig själv som avvisad och osäker i romantiska relationer. Det populära och trendande innehållet beskrevs som sexuell, innehållet de själva producerade efterliknade ofta dessa trender men samtliga menade att deras innehåll var roligt, inte sexuell. Att inte kunna se eller erkänna sin egen kropp som sexuell är en antydning till lågt sexuell självförtroende.

Hög *sexuell ångest* yttrade sig genom att de ofta försökte leda bort från ämnet, undvika eller svara kortfattat, generell obekvämheter inför frågor om sexuellt innehåll och en tendens att ha

mer att säga om allmänna ämnen. De med hög sexuell ångest var också noga med att betona att deras innehåll inte var sexuellt utan roligt, de varken tog del av eller producerade sexuellt innehåll. Då samtycke betonades som grundläggande och att sex skulle vara på bådass villkor utlästes en låg sexuell ångest då sexuell ångest innebär en rädsla för att bli utnyttjad i sexuella situationer.

## Diskussion

Utifrån våra resultat verkar det som att det innehåll våra intervjupersoner tog del av kretsade kring hur de skulle se ut och bete sig för att lyckas både i relationer men också i sexuellt umgänge. Tidigare forskning visar att unga lättare tar till sig av mediebudskap som handlar om sådant de själva inte har erfarenhet av (Ward & Rivadenyra, 1999) och att en stor motivation för att ta till sig av mediebudskap är inläring (Ward & Rivadenyra, 1999:246; Hawk m. fl., 2006:360). Våra intervjupersoner använde TikTok som en lärandeplattform och tog del av innehåll centrerat kring det motsatta könets sexualitet. Det visade sig i vår studie att dessa sexuella budskap på TikTok kunde sänka det sexuella självförtroendet och i förlängningen den sexuella självuppfattningen. Detta kan indikera att unga tjejer som inte har erfarenhet av en manlig sexualitet, internaliserar information och budskap om sexuella beteenden som i förlängningen kan vara skadlig. De kan då bli mer osäkra i sexuella relationer och deras sexuella behov kan bli underordnad deras partners. Att TikTok verkar ha en inverkan på det sexuella självförtroendet och självuppfattningen blir ytterligare intressant med tanke på att tidigare forskning visar att den sexuella självuppfattningen har en inverkan på ungas sexuella beteende och attityder, såsom kondom användning och sexualdebut (Bleakley m. fl., 2008; Breakwell & Millward, 1997; Pardun m. fl., 2005; van Oosten m.fl., 2015; Winter, 1988; Wright, 2011; Young & Jordan, 2013). Den sexuella självuppfattningen kan således påverka ungas sexuella hälsa.

Däremot hittades också innehåll som verkade stärkande för våra intervjupersoners sexuella självförtroende. De hittade innehåll som normaliserade deras sexuella lust och motiverade dem att utforska sin sexualitet och fokusera på sin egen njutning. Detta var oväntat eftersom tidigare forskning har visat att även i separatistiska diskussionsforum har tjejer diskuterat sin sexualitet som något underordnat mannen (Grisso & Weiss, 2005:45). En eventuell anledning till detta resultat kan vara att tidigare forskning har bedrivits i en amerikansk kontext och innan 2020-talet. Sverige är i framkant vad gäller den feministiska utvecklingen internationellt och vår studie kom till efter #MeToo-rörelsen som vi kan anta har påverkat värderingar i samhället och synen på feminism. Att TikTok kan väcka osäkerhet såväl som stärka det sexuella självförtroendet kan tyda på att TikTok har ett inflytande över delar av unga tjejers sexuella självuppfattning. Särskilt eftersom Hensel m.fl (2010) forskning på sexuell självuppfattning visar att sexuellt självförtroende, öppenhet och ångest är dimensioner



som påverkar varandra. Lägre sexuellt självförtroende hänger ofta ihop med en högre sexuell ångest och lägre sexuell öppenhet.

Ett annat intressant resultat var att vi hittade liknande resultat som Bhandari & Bimo, (2022) att TikTok går från *The Networked Self* till *The Algorithmized Self*. Genom det väldigt personligt anpassade flödet befästs identiteten/den sexuella självuppfattningen då man får upp innehåll som reflekterar den egna identiteten. Identitetsskapandet sker därmed inte baserat på vad du presenterar utåt utan du får i stället identiteten reflekterad tillbaka till dig. Det relaterbara innehållet var den största dragkraften medan det nätverkande som präglade tidigare plattformar, vilka du följer, vilka du är vän med, inte var det som användes för identitetsskapande. Även när man kommunicerade med vänner så var innehållet i fokus. Detta skickade man för att befästa den identitet algoritmen hade serverat dem. Detta kan innebära att personer med svag såväl som stark sexuell självuppfattning får den självbilden återspeglad via TikTok vilket gör att den ytterligare befästs.

Den personliga anpassningen av det egna flödet, intervjupersonernas önskan att vara anonyma, tendens att hålla innehållet privat till stor del och att algoritmen på TikTok reflekterar tillbaka identiteten till användaren bekräftade vår initiala antagande. Att TikTok är ett medie som, likt tidigare forskning om sociala medier (Hodkinson & Lincoln, 2008), har liknande egenskaper som tonårsrummet.

## Reflektioner kring studien

Hensel m. fl. (2010) definition av sexuell självuppfattning utformades i en kvantitativ studie där resultatet jämförde utvecklingen av deltagarnas sexuella öppenhet, självförtroende och ångest över tid. Deras studie baserades på årliga självskattningsformulär som kan omvandlas till statistik och därför blir mer av en exakt skala. I vår studie har vi endast kunnat utgå från deras definition av de olika dimensionerna och tolka den sexuella självuppfattningen som hög eller låg baserat på denna. Våra uppskattningar av sexuell öppenhet, självförtroende och ångest baserades därför på definitionerna och upplevd skillnad mellan intervjupersonerna. Därför kan Hensel m. fl. (2010) definition av hög respektive låg öppenhet, självförtroende och ångest skilja sig från vår. Exempelvis kan en person som vi utläst ha lågt sexuell självförtroende jämfört med en annan grupp visa sig ha varken högt eller lågt sexuell självförtroende.

Båda valda teorier tog hänsyn till tidigare erfarenhet, även kallad Lived Experience, vi hade, som vi trodde från början, svårare att utläsa detta i intervjuerna. Därför har vi en begränsad insyn i våra intervjupersoners tidigare erfarenhet. Detta kan innebära att vi inte har fått en heltäckande förståelse för hur deras tidigare erfarenhet, uppväxt eller kultur påverkade hur de tog emot mediebudskap. Dock fanns det tillfällen då intervjupersonerna själva delade med sig om att de hade tidigare sexuella erfarenheter vilket underlättade vår koppling till Hensel m. fl. (2010) tidigare forskning.

Under studiens gång har vi diskuterat huruvida just Hensel m. fl. (2010) definition av sexuell självuppfattning har varit den mest heltäckande, en bredare definition hade kunnat inkludera sexuell självförmåga, sexuell upphetsning och sexuell relationskapande (Deutsch m. fl, 2013). Vi har i vår studie sett ett behov av ytterligare aspekter av den sexuella självuppfattningen då vissa fynd inte kunnat placeras in under varken sexuell öppenhet, självförtroende eller ångest.

Utifrån tidigare diskussion om resultaten med förankring i tidigare teorier och forskning möjliggjordes teoretisk generalisering. Den teoretiska generaliseringen styrker tidigare forskning om att sociala medier har liknande egenskaper för det sexuella identitetsskapandet som tonårsrummet (Hodkinson & Lincoln, 2008), att identitetsskapande sker på ett nytt sätt på TikTok till skillnad från andra sociala medier (Bhandari & Bimo, 2022) och tidigare värderingar påverkar hur unga tjejer tolkar och värderar sexuell medieinnehåll (Steele & Brown, 1995; Grisso & Weiss, 2005; De Ridder, 2017). Vår studie har också funnit viss bekräftelse av det Grisso & Weiss (2005) hittade, att unga tjejers sexualitet diskuteras i termer av hur de ska tillfredsställa män, vi hittade dock även exempel på hur de äldre tjejerna i urvalet till stor del satte sin egen njutning i fokus. Vi kan med vår studie inte säga att ålder och tidigare erfarenhet innebär högre sexuell självuppfattning då vårt urval är för litet för en sådan generalisering, men med Hensel m.fl. (2010) resultat i åtanke menar vi att det finns indikationer på att det kan vara betydande. Studiens syfte har också uppnåtts då vi genom att studera unga upplevelse av sexuell innehåll på TikTok har kunnat utläsa deras sexuella självuppfattning. Vi har också visat att Media Practice Model (Steele & Brown, 1995) och Sexual Self Concept (Hensel m. fl., 2010) är två modeller som effektivt går att kombinera för att utläsa delar av den sexuella identiteten.

## Fortsatta studier

Vidare studier kan med fördel använda sig av en bredare definition av sexuell självuppfattning i studier av den sexuella mediesocialiseringen, Deutsch m. fl. (2013) har en sammanfattande artikel om olika definitioner av sexuell självuppfattning, att använda sig av alla de fem komponenterna kan ge intressanta insikter.

Vad vi kunde urskilja i våra resultat var att det rådde en skillnad på huruvida de kunde genomskåda sexuell missinformation och ifrågasätta sexuella mediebudskap. De äldre tenderade att ha lättare för att motsätta sig sådant innehåll vilket vi baserat på tidigare forskning härledde till att de förmodligen hade tidigare erfarenheter de kunde sätta emot dessa budskap. Flera intervjupersoner uttryckte att det fanns väldigt mycket missvisande sexuell innehåll på TikTok och en oro för att yngre exponeras för detta. Det menade de var en risk eftersom unga är mer sårbara då de inte har tidigare erfarenheter. Fortsatta studier på unga tjejers acceptans eller avvisande av sexuella mediebudskap och hur det eventuellt korrelerar med deras tidigare sexuella erfarenhet hade därför kunnat vara intressant.

Hos våra intervjupersoner var TikTok ett av de mest använda sociala medierna, Facebook och Instagram var inte längre deras primära plattform. När tidigare forskning då visar att TikToks karaktär skiljer sig från andra sociala medier och identitetsskapandet snarare sker genom algoritmen än genom nätverkande och profilbyggande behövs det fler studier om identitetsskapande på TikTok eller liknande framtida sociala medier.

## Referenser

- Andersson, Yvonne, Christoffersson, Jan & Dahlquist, Ulf, (2016), *Vad är skadlig mediepåverkan?*, Statens Medieråd  
[https://www.statensmedierad.se/download/18.1ecdaa0017633a0d6666371/1607517639634/Rapport\\_Vad%20a%CC%88r%20skadlig%20mediepa%CC%8Averkan\\_2016\\_12\\_27.pdf](https://www.statensmedierad.se/download/18.1ecdaa0017633a0d6666371/1607517639634/Rapport_Vad%20a%CC%88r%20skadlig%20mediepa%CC%8Averkan_2016_12_27.pdf)
- Aveshagen, Alice., (12-10-2021). Svältalgoritmen slussar tillbaka till ätstörningar, *Svenska Dagbladet*. <https://www.svd.se/svaltalgoritmen>
- Bain, Ellissa, (01-2022), What is a 'Thirst Trap' on TikTok? Slang Term Explained, *HITC*  
[https://www.hitc.com/en-gb/2022/01/05/thirst-trap-tiktok/?fbclid=IwAR06M206t-5CvjnUuV\\_eCwkJw\\_CXG-ETH9IKQv5FvaeTFbnKQz7Qxxbeg](https://www.hitc.com/en-gb/2022/01/05/thirst-trap-tiktok/?fbclid=IwAR06M206t-5CvjnUuV_eCwkJw_CXG-ETH9IKQv5FvaeTFbnKQz7Qxxbeg)
- Barry, Rob, French, Jason, Stern, Joanna, Wells, Georgia & West, John (09-09-2021), TikTok Serves Up Sex and Drug Videos to Young Users - The popular app can quickly drive teenagers into endless spools of adult content, *The Wall Street Journal*  
[https://global-factiva-com.ezproxy.ub.gu.se/ha/default.aspx#!/?&\\_suid=164605700583007039751774512084](https://global-factiva-com.ezproxy.ub.gu.se/ha/default.aspx#!/?&_suid=164605700583007039751774512084)
- Bartz, Diane, Shepardson, David (2022,02,03), U.S. states probing TikTok's effects on young people, *Reuters*, <https://www.reuters.com/legal/government/massachusetts-says-states-probing-tiktoks-effects-young-people-2022-03-02/>
- Bhandari Aparajita, Bimo Sara., (01-2022), Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media. *Social Media + Society*. 8(1), 1-11 doi:[10.1177/20563051221086241](https://doi.org/10.1177/20563051221086241)
- Black, Sandra. R., Schmiege, Sarah. & Bull, Sheana. (2013) Actual versus perceived peer sexual risk behavior in online youth social networks. *Translational Behavioral Medicine*, 3(3) 312–319 <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1007/s13142-013-0227-y>
- Bleakley, Amy., Hennessy, Michael., & Fishbein, Martin. (2011) A Model of Adolescents' Seeking of Sexual Content in Their Media Choices, *The Journal of Sex Research*, 48(4), 309- 315, DOI: [10.1080/00224499.2010.497985](https://doi.org/10.1080/00224499.2010.497985)
- Bleakley, Amy., Hennessy, Micheal., Fishbein, Martin., & Jordan, Amy. (2008). It works both ways: The relationship between exposure to sexual content in the media and adolescent sexual behavior. *Media Psychology*, 11(4), 443- 461.  
<https://doiorg.ezproxy.ub.gu.se/10.1080/15213260802491986>
- Bleakley, Amy., Hennessy, Micheal., Fishbein, Martin., & Jordan, Amy. (2009). How sources of sexual information relate to adolescents' beliefs about sex. *American Journal of Health Behavior*, 33(1), 37-48. <http://dx.doi.org/10.5993/AJHB.33.1.4>
- Bobkowski, Piotr S. Brown, Jane D. & Neffa, Deborah R. (2012) "Hit Me Up and We Can Get Down", *Journal of Children and Media*, 6 (1), 119-134, DOI: [10.1080/17482798.2011.633412](https://doi.org/10.1080/17482798.2011.633412)

- Bobkowski, Piotr S., Shafer, Autumn., Ortiz, Rebecca R. (2016), Sexual intensity of adolescents' online self-presentations: Joint contribution of identity, media consumption, and extraversion, *Computers in Human Behavior*, 58, 64-74, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.009>.
- Breakwell, Glynis. M., & Millward, Lynne. J. (1997). Sexual self-concept and sexual risk-taking. *Journal of Adolescence*, 20(1), 29–41. <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1006/jado.1996.0062>
- Brown, Jane. D. (2000). Adolescents' sexual media diets. *The Journal of Adolescent Health*, 27(2), 35–40. doi:[10.1016/S1054-139X\(00\)00141-5](https://doi.org/10.1016/S1054-139X(00)00141-5)
- Brown, Jane D., Bobkowski, Piotr S., (15-02-2011), Older and Newer Media: Patterns of Use and Effects on Adolescents' Health and Well-Being, *Journal of Research on Adolescence*, 21(1), 95-113, <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1111/j.1532-7795.2010.00717.x>
- Bruns, Axel (2008), The Future is User-Led: The Path towards Widespread Producers, *Fibreculture Journal*, (11) <http://eleven.fibreculturejournal.org/fcj-066-the-future-is-user-led-the-path-towards-widespread-producers/>
- Bruns, Axel., Schmidt, Jan-Hinrik, (2011), Producers: a closer look at continuing developments, *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 17(1), 3-7, DOI: 10.1080/13614568.2011.563626
- Brunsdon, Charlotte, (2011), The Feminist, the Housewife, and the Soap Opera, *Oxford University Press* DOI:10.1093/acprof:oso/9780198159803.001.0001
- Bytedance, (2021), *Milestones*, Bytedance, hämtad 2022-04-07 från <https://www.bytedance.com/en/?anchor=milestones>
- Calterone Williams, Jean. (2011), Battling a 'sex-saturated society': The abstinence movement and the politics of sex education, *Sexualities*. 14(4), 416-443. doi:[10.1177/1363460711406460](https://doi.org/10.1177/1363460711406460)
- Cesar, Julia, (30-12-2021), TikTok går om Google som världens mest besökta, *Digital, Dagens Industri*, <https://www.di.se/digital/tiktok-gar-om-google-som-varldens-mest-besokta/>
- Cookingham, Lisa. M., & Ryan, Ginny. L. (2015). The impact of social media on the sexual and social wellness of adolescents. *Journal of Pediatric & Adolescent Gynecology*, 28(1), 2-5. <https://doi.org/10.1016/j.jpag.2014.03.001>
- Deutsch, Arielle R., Hoffman, Lisa., Wilcox, Brian L., (2013), Sexual Self-Concept: Testing a Hypothetical Model for Men and Women, *Journal of Sex Research*, 51(8), 932-945 DOI: 10.1080/00224499.2013.805315
- De Ridder, Sander, (2017), Social Media and Social Media and Young People's Sexualities: Values, Norms, and Battlegrounds, *Social Media + Society*, 3(4) <http://dx.doi.org/10.1177/2056305117738992>

- Ekström, Mats & Johansson, Bengt (red.) (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, Towns, Ann & Lena Wängnerud (2017). *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Wolters Kluwer AB.
- Fongkaew, Warunee., Fongkaew, Kangwan, (2015), My space, my body, my sexual subjectivity: social media, sexual practice and parental control among teenage girls in urban Chiang Mai, *Culture, Health & Sexuality*, 18(6): 597-607 <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1080/13691058.2015.1091948>
- Fowler, Leah R. Schoen, Lauren. Stevens, Hadley S Morain, Stephanie R. (2021) Sex Education on TikTok: A Content Analysis of Themes. *Health Promotion Practice*. 1-4 doi:[10.1177/15248399211031536](https://doi.org/10.1177/15248399211031536)
- Grisso, Ashley. D., & Weiss, David. (2005). What are gURLs talking about? Adolescent girls' construction of sexual identity on gURL.com. In S. R. Mazarrella (red.), *Girl Wide Web. Girls, the Internet, and the Negotiation of Identity* (s. 31--50). New York: Peter Lang.
- Hawk, Skyler T., Vanwesenbeeck, Ine., de Graaf, Hanneke & Bakker, Floor (2006) Adolescents' contact with sexuality in mainstream media: A selection-based perspective, *The Journal of Sex Research*, 43:4, 352-363, DOI: [10.1080/00224490609552334](https://doi.org/10.1080/00224490609552334)
- Hensel, Devon J., Fortnerberry, Dennis J., O'Sullivan, Lucia F., Orr, Donald P., (2010), The developmental association of sexual self concept with sexual behavior among adolescent women, *Journal of Adolescence*, 34(4): 675-684 doi: <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2010.09.005>
- Hodkinson, Paul., Lincoln, Sian., (2008), Online Journals as virtual bedrooms? Young people, identity and personal space, *Young - Nordic Journal of Youth Research*, Sage Publications, 16(1): 27-46 DOI:[10.1177/110330880701600103](https://doi.org/10.1177/110330880701600103)
- Internetstiftelsen, (2021), *Svenskarna och internet 2021*, Internetstiftelsen <https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2021/09/internetstiftelsen-svenskarna-och-internet-2021.pdf>
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>
- Jensen, Jeff F., (1998), 'Interactivity': Tracking a New Concept in Media and Communication Studies, *Nordicom Review*, 19(1), 185-204. [https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/38\\_jensen.pdf](https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/38_jensen.pdf)
- King, Ashley, (2022-03-03-), How Long Can A TikTok Be? Expanded Max Video Length for 2022, *Digital Music News* <https://www.digitalmusicnews.com/2022/03/03/how-long-can-a-tiktok-be-2022/>
- Kiousis, Spiro, (2002), Interactivity: a concept explication, *New Media & Society*, 4(3), 355-383 <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177%2F146144480200400303>

- Kvale, Steinar, Brinkman, Svend, (2014), *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Studentlitteratur AB Lund
- Miller, Vincent, (2020), *Understanding Digital Culture*, Michael Ainsley (red), SAGE
- Ohlsson, J. (2021). Mediebarometern 2020. <https://doi.org/10.48335/9789188855497>
- O’Sullivan, Lucia. F., Meyer-Bahlburg, Heino. F. L., & McKeague, Ian. W. (2006). The development of the sexual self-concept inventory for early adolescent girls. *Psychology of Women Quarterly*, 30, 139–149.
- Pardun, J. Carol, Ladin L’Engle, Kelly, Brown, D. Jane, (2005), Linking Exposure to Outcomes: Early Adolescents’ Consumption of Sexual Content in Six Media, *Mass Communication and Society*, 8(5), 75-91, [https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1207/s15327825mcs0802\\_1](https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1207/s15327825mcs0802_1)
- Planned Parenthood, (2022), *Where is Abortion Illegal? Abortion Limits by State*, Planned Parenthood, hämtad 2022-04-08 från <https://www.plannedparenthoodaction.org/abortion-access-tool/US>
- Radway, Janice, (2003), Reading The Romance – Women, patriarchy and popular literature, I Brooker, Will & Jermyn, Deborah (red), *The Audience Studies Reader*, 219-225, Routledge
- Richard, Isaiah, (2021, 8 September), TikTok Algorithm Allows Explicit Content for Teenagers, Bots Serving Up Videos for Minors to Watch, *Tech Times* <https://www.techtimes.com/articles/265145/20210908/tiktok-algorithm-allows-explicit-content-teenagers-bots-serving-up-videos.htm>
- Ringrose, Jessica & Barajas, Katarina. (2011). Gendered risks and opportunities? Exploring teen girls’ digitised sexual identity in postfeminist media contexts. *International Journal of Media & Cultural Politics*. 7 (22) 121-138 [http://dx.doi.org/10.1386/macp.7.2.121\\_1](http://dx.doi.org/10.1386/macp.7.2.121_1)
- Rostosky, Sharon. S., Dekhtyar, Olga., Cupp, Pamela. K., & Anderman, Eric. M. (2008). Sexual self-concept and sexual self-efficacy in adolescents: A possible clue to promoting sexual health? *Journal of Sex Research*, 45(3), 277–286. [doi:10.1080/00223390802204480](https://doi.org/10.1080/00223390802204480)
- Schellewald, Andreas. (2022). Theorizing “Stories About Algorithms” as a Mechanism in the Formation and Maintenance of Algorithmic Imaginaries. *Social Media + Society*, 8(1) <https://doi.org/10.1177/20563051221077025>
- SFS 2003:460, *Lag om etikprovning av forskning som avser människor*, [https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2003460-om-etikprovning-av-forskning-som\\_sfs-2003-460](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2003460-om-etikprovning-av-forskning-som_sfs-2003-460)
- Shafer, Autumn., Bobkowski, Piotr., & Brown, Jane. D. (2013). Sexual media practice: How adolescents select, engage with, and are affected by sexual media. In K. E. Dill (Red.), *The Oxford handbook of media psychology* (pp. 223–251). New York, NY: Oxford University Press.



- Steele, Jeanne. R. (1999). Teenage sexuality and media practice: Factoring in the influences of family, friends, and school. *The Journal of Sex Research*, 36(4), 331–341. doi:[10.1080/00224499909552005](https://doi.org/10.1080/00224499909552005)
- Steele, Jeanne. R., & Brown, Jane. D. (1995). Adolescent Room Culture: Studying Media in the Context of Everyday Life. *Journal of Youth and Adolescence*, 24(5), 551–576. <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1007/BF01537056>
- Stefanovic, Patricia & Gruić Parać, Ana. (2021), Male Gaze and Visual Pleasure in Laura Mulvey, Purgar, Krešimir (red), *The Palgrave Handbook of Image Studies*, 343-362 Palgrave Macmillan
- Stern, Susannah R., (1999), Adolescent Girls' Expression on Web Home Pages – Spirited, Sombre and Self-Conscious Sites, *Convergence*, 5(4), sid. 22-41, <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177%2F135485659900500403>
- Stern, Susannah R., (2004), Expressions of Identity Online: Prominent Features and Gender Differences in Adolescents' World Wide Web Home Pages, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(2), 218-243, [https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4802\\_4](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4802_4)
- Sullivan, John. L. (2013). *Media Audiences: Effects, Users, Institutions, and Power*. SAGE.
- Szcus, Eszter (2013), Sexual Self-Construction in Adolescent Internet Spaces, *Girlhood Studies*, 6(1), <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.3167/ghs.2013.060109>
- TikTok, (2022, Februari), *Community-Riktlinjer - Vuxennakenhet och sexuella aktiviteter*, TikTok (Hämtad, 2022-04-07) <https://www.tiktok.com/community-guidelines?lang=sv#30>
- Tracy, Sarah J., (2010), Qualitative Quality: Eight “Big-Tent” Criteria for Excellent Qualitative Research, *Qualitative Inquiry*, 16(10), 837-851 DOI: 10.1177/1077800410383121
- Trekels, Jolien. Karsay, Kathrin. Eggermont, Steven. & Vandenbosch, Laura. (2018). How Social and Mass Media Relate to Youth's Self-Sexualization: Taking a Cross-National Perspective on Rewarded Appearance Ideals. *Journal of Youth and Adolescence* 47(7), 1440–1455. <http://dx.doi.org/10.1007/s10964-018-0844-3>
- van Oosten, Johanna. M., Peter, Jochen., & Boot, Inge. (2015). Exploring associations between exposure to sexy online self-presentations and adolescents' sexual attitudes and behavior. *Journal of Youth and Adolescence*, 44(5), 1078-1091. <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1007/s10964-014-0194-8>
- Ward, L. Monique. (2002). Does Television Exposure Affect Emerging Adults' Attitudes and Assumptions About Sexual Relationships? Correlational and Experimental Confirmation, *Journal of Youth and Adolescence*, 31(1), 1–15 <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1023/A:1014068031532>
- Ward, L. Monique., & Rivadenyra, Rocio. (1999). Contributions of entertainment television to adolescents' sexual attitudes and expectations: The role of viewing amount versus viewer involvement. *The Journal of Sex Research*, 36(3), 237-249. <https://www->



[proquest-com.ezproxy.ub.gu.se/scholarly-journals/contributions-entertainment-television/docview/215280826/se-2?accountid=11162](https://proquest-com.ezproxy.ub.gu.se/scholarly-journals/contributions-entertainment-television/docview/215280826/se-2?accountid=11162)

Winter, L. (1988). The role of sexual self-concept in the use of contraceptives. *Family Planning Perspectives*, 20 (3), 123–127 <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.2307/2135700>

Wright, Paul J. (2011) Mass Media Effects on Youth Sexual Behavior Assessing the Claim for Causality, *Annals of the International Communication Association*, 35(1), 343-385, DOI: [10.1080/23808985.2011.11679121](https://doi.org/10.1080/23808985.2011.11679121)

Yeo, Tien Ee Dominic & Chu, Tsz Hang (2017) Sharing “Sex Secrets” on Facebook: A Content Analysis of Youth Peer Communication and Advice Exchange on Social Media about Sexual Health and Intimate Relations, *Journal of Health Communication*, 22(9), 753- 762, DOI: [10.1080/10810730.2017.1347217](https://doi.org/10.1080/10810730.2017.1347217)

Young, Sean. D., & Jordan, Alexander. H. (2013). The Influence of Social Networking Photos on Social Norms and Sexual Health Behaviors. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol. 16(4), 243-247. <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1089/cyber.2012.0080>

# Bilagor

## Bilaga 1 Intervjuguide

### **Selektion: Hur motiverar unga tjejer uppmärksamheten de ger olika sexuella innehåll på TikTok?**

- *Kan du berätta varför använder du TikTok? (Vad skulle du säga är den största anledningen till varför du använder TikTok)*
- Vad skiljer TikTok från andra sociala medier?
- Vad får du ut av att använda TikTok?
- Vad skulle du säga är det som får dig att stanna och se klart en TikTok? Vad fångar ditt intresse?
- Om du kommenterar på en TikTok, varför gör du det?
- Hur mycket tid per dag skulle du uppskatta att du använder TikTok? Kan ni kolla på er Screen time och se hur lång tid ni är inne på appen?
- Hur ser det sexuella innehållet ut på TikTok?
- Finns det något sådant innehåll på TikTok du inte tycker om? Är du bekväm med sådant innehåll eller känns det obehagligt?
- Kan du ge några exempel på TikTok av sexuell karaktär ni ofta ser? En kategori tex.
- Skulle du kunna beskriva några TikToks som handlar om sex på något sätt från din gilla-sida och motivera vad det är som gjort att du gillat den?

### **Interaction: Hur värderar och tolkar unga sexuellt innehållet på TikTok?**

#### **Tolkning & Värdering**

- *Har du någon gång känt dig träffad av en TikTok? Berätta hur du relaterar till innehållet i den.*
- Kan du berätta för mig om du kommer ihåg ett tillfälle du fått en stark känslomässig reaktion till en TikTok? På vilket sätt?
- Har du några favoritkreatörer, vad gör att du gillar dem?
- Hur skulle du beskriva en dålig kreatör?
- Har du någon gång blivit provocerad av en TikTok? Om ja, vad var det med den som provocerade?
  - (Anmälde du det klippet då?)
- Är det sexuella innehållet bra? Eller dåligt? Vad är din åsikt om det sexuella innehållet?

- Har du någon kreatör du ser upp till? Vad är det med den som gör att du ser upp till dem?
- Var är du när du använder TikTok?

### **Applicering:**

#### **Incorporation: Hur inkorporerar eller avvisar unga sexuella budskap på TikTok?**

- *Berätta om ett tillfälle då du upplevde att din For You page inte stämde?*

*Vad var det för innehåll, vad var din reaktion på det?*

- Finns det något du upplever negativt med TikTok i din mening, isåfall vad?
- Finns det något positivt med TikTok i din mening, isåfall vad?
- Vad är bra respektive dåligt sex enligt TikTok och håller ni med?
- (Finns det exempel på bra eller dåliga relationer på TikTok? )
- Vad tror ni målet är när användare lägger upp Thirst Traps ? Lyckas de med det i såna fall?

#### **Appropriation: Hur tar unga till sig sexuella budskap på TikTok och använder det i sitt identitetsuttryck?**

- *Kan du berätta om nån gång du blivit inspirerad av/hittat inspiration på TikTok?*
- Upplever du att det finns trender på TikTok,
  - Brukar du hålla koll på dem, vad är ett exempel på en sån trend. Upplever du att många människor i din närhet har koll på dessa trender
  - Hittar du inspiration för utseende, livsstil eller liknande på TikTok?
- Har ni lärt er något om sex på TikTok? Typ tips, råd, information, inspiration?
- Brukar du dela TikToks på andra sociala medier eller med dina vänner?
- Varför i sådana fall, vad är det med dem TikToksen som gör att du vill dela dem med dina vänner?
- Tipsar ni varandra om snygga personer på TikTok?
- Gör du själv TikToks, isåfall i vilket syfte, om inte varför inte?
- Har du någon gång funderat på att göra eget innehåll?
- Hur ser ditt innehåll ut i såna fall?
- Gör du dem själv eller med andra? Vilka då?