



Poppis i plugget

– en kvalitativ studie om elevers syn på popularitet

Sarah Ruben & Henrik Wiklund

GYMNASTIK- OCH IDROTTSHÖGSKOLAN

Examensarbete 01:2010

Utbildningsprogram Idrott III, examensarbete på grundnivå 15 hp

Seminariehandledare: Karin Söderlund

Examinator: Carolina Lundqvist

Sammanfattning

Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att belysa elevers tankar och erfarenheter, i år fem, kring popularitet i skolan.

Frågeställningar:

- Vad är utmärkande för en populär elev i år fem?
- Vilka skillnader och likheter finns det mellan populära pojkar respektive populära flickor?
- Är det viktigt att vara medveten om de sociala koderna som råder i skolan för att bli populär?
- Kan popularitet vara något negativt?

Metod

Kvalitativa intervjuer har använts som metod i denna studie. Tio elever från samma fritidsgård och som alla går i år fem har deltagit i studien med målsmans medgivande. Urvalet gjordes i samarbete med föreståndarna på den aktuella fritidsgården utan specifika urvalskrav förutom ålder och intresse att delta. Intervjuerna var inte strukturerade men följde samma frågeguide. Intervjuerna transkriberades och analyserades med hjälp av teorin symbolisk interaktionism.

Resultat

Resultatet visar att man kan vara populär på många olika sätt. Det som återkommer är att det är de som är lite kaxiga och vågar ta för sig som i störst utsträckning beskrivs. Exempel på andra återkommande egenskaper är att vara rolig, vara först med nya saker och vara bra på att spela fotboll. Det finns både likheter och skillnader mellan pojkar och flickor. Att ha snygga kläder tillskrivs både könen. Exempel på skillnader är att pojkarna ska vara bra på tv-spel medan flickorna ska se bra ut. Att vara medveten om det sociala spelet och att inte vara udda är viktigt för att inte hamna utanför i skolan. Dock säger inte detta att popularitet är något som alla elever strävar efter, då popularitet bland annat kan innebära press från omgivningen.

Slutsats

Slutsatsen är att det går att se tendenser till mönster inom ämnet popularitet med studiens frågeställningar som ram. Däremot måste undersökningen ses utifrån sitt sammanhang, då urvalet är för litet för att resultaten ska gå att generalisera, även om tidigare forskning styrker resultaten. Det finns faktorer som har påverkat studiens tillförlitlighet, trots detta så anser vi att studiens syfte och frågeställningar har besvarats på ett trovärdigt sätt.

Innehållsförteckning

1 Inledning.....	1
1.1 Introduktion.....	1
1.2 Definitioner av centrala begrepp.....	2
1.3 Forskningsläge.....	2
1.3.1 Kompisrelationer i barns vardag.....	2
1.3.2 Popularitet ur ett genusperspektiv.....	5
1.3.3 Egenskaper och attribut som krävs för popularitet.....	7
1.3.4 Grupperingar i klassrummet.....	8
1.3.5 Sammanfattande reflektioner av forskningsläget.....	9
1.4 Syfte och frågeställningar.....	10
1.5 Teoretisk utgångspunkt.....	10
2 Metod.....	14
2.1 Avgränsningar.....	14
2.2 Urval.....	14
2.3 Datainsamlingsmetod.....	15
2.4 Procedur.....	16
2.5 Analysmetod.....	17
2.6 Validitet och Reliabilitet.....	18
2.6.1 Forskningsetisk diskussion.....	19
3 Resultat.....	20
3.1 Attribut.....	20
3.2 Varför är vissa barn mer populära än andra, vilka egenskaper krävs?.....	21
3.2.1 Elevernas egna knep för att bli populär.....	24
3.3 Populär som flicka respektive pojke.....	25
3.4 Det sociala spelet.....	26
3.5 Är populär någonting man vill vara?.....	28
3.6 Bildvisning.....	29
3.6.1 Analys av bildvisningens resultat.....	31
3.7 Sammanfattning resultat.....	32
4 Sammanfattande diskussion.....	33
4.1 Vidare forskning.....	38
Käll- och litteraturförteckning.....	39
Bilaga 1 - Litteratursökning.....	41
Bilaga 2 – Informationsbrev till vårdnadshavare.....	42
Bilaga 3 – Bilder.....	43

1 Inledning

1.1 Introduktion

Tänk dig tillbaka till din egen skolgång. Se klassrummen, korridorerna, gymnastiksalen, matsalen, aulan, uppehållsrummet och skolgården framför dig. Utöka sedan den här bilden genom att lägga till klasskamrater och övriga som du minns från tiden i skolan. Vilka syntes och hördes mest? Fanns det någon som aldrig syntes? Var det något eller några områden i skolan där det var bättre att bli uppmärksammas på än andra? Minns du vilka roller som fanns på din skola? Minns du vad de innebar? Vilken roll hade du? Så här uttrycker sig en av våra intervjudeltagare om rollerna i sin klass ”[---]Det finns dom som är ute, det är typ bara **** och **** tror jag. Och så normala och dom som är populära. Sen kan det finnas dom som är bråkiga också.”¹ Vi kommer själva ihåg mycket från vår egen skolgång, men minnet förskönar och saker förändras. Därför ser vi det som en förmån att ha fått möjlighet att genomföra den här intervjustudien, med elever i skolan, kring begreppet popularitet.

Utifrån våra egna erfarenheter och förförståelse så är vi av uppfattningen att vissa barn så tidigt som i förskolan har en förmåga att bli mer attraktiva lekkamrater än andra. Och om grupperingar och ledare inte grundläggs så tidigt, skapas det med stor sannolikhet när barnen börjar i skolan. Anledningen till att vi vill göra den här studien är att vi båda är nyfikna på vad det är som gör att vissa elever uppfattas som mer populära än andra. Går det, att med hjälp av att få höra elevernas egna berättelser kring popularitet, se några tendenser och mönster? Om vi lyckas så tror vi att det kan ge oss som blivande pedagoger en bättre insyn i hur barn och ungdomar fungerar, både enskilt och i grupp. Att popularitet existerar på ett eller annat sätt i skolan är för oss ett faktum. Fokus ligger på vad som gör att vissa elever blir populära, popularitet utifrån olika perspektiv och infallsvinklar samt om populär är något elever i skolan strävar efter att vara. Förhoppningsvis kommer resultaten av den här studien att generera några viktiga insikter i hur vuxna bättre kan se barn, förstå varför de agerar som de gör och också varför de får den roll som de får i skolan.

¹Intervju 9, s. 9.

1.2 Definitioner av centrala begrepp

För att lättare kunna följa resonemangen i uppsatsen så har vi valt att definiera följande begrepp. Definitionerna är våra egna förutom en som är tagen från Nationalencyklopedin.

Populär elev: Att vara en elev som en stor del av de andra eleverna dras till eller ser upp till. En person som ofta blir en medelpunkt under skolans aktiviteter.

Status: Nationalencyklopedin: Högt socialt anseende (för person, befattning).² Vår definition: Ett mått på popularitet, som en skala med olika nivåer.

Attribut: Karaktärsdrag såsom utseende samt materiella föremål. I studien anknyts främst till attribut som formar popularitet och status.

Interaktion: Samspel med andra, ömsesidig samverkan. Vi ser främst till det samspel som sker elever emellan i skolan.

Det sociala spelet: I skolan finns det både officiella och inofficiella regler. När det sociala spelet behandlas ses främst till de inofficiella reglerna som råder. Det sociala spelet utgörs bland annat av sociala koder, socialt samspel och social kompetens.

1.3 Forskningsläge

Det har gjorts mycket forskning kring barn och ungdomar. Även när sökningen smalnas av till områdena popularitet och skola hittas ett stort antal studier. Dessa studier har till största del genomförts med hjälp av enkäter, observationer och/eller självuppskattade relationsmodeller. En mindre del har använt sig av intervjuer för att undersöka ämnet. Uppgiften har varit att försöka sälla ut de mest relevanta artiklarna och hitta de som mest liknar vår egen studie sett till metodval, urval och teoretiska utgångspunkter.

1.3.1 Kompisrelationer i barns vardag

Maud Ihrskog, pedagog, har skrivit avhandlingen *Kompisar och kamrater* vilken tar upp barns relationsskapande. Under två och ett halvt år har Maud följt tio barn från att de var tolv år till att de skulle fylla femton år. Genom intervjuer, observationer, samtal och brevväxling har hon lärt känna barnen och sammanställt hur de ser på relationsskapande i sin vardag. Hon vill förmedla skolans roll och vänder sig till pedagoger eftersom det är viktigt att de är medvetna om barns relationsprocesser, och ser när barn inte blir accepterade av andra barn.³

²Nationalencyklopedin <<http://www.ne.se/status>> (Acc. 2009-10-05).

³Maud Ihrskog, *Kompisar och kamrater: Barns och ungas villkor för relationsskapande i vardagen* (diss. Växjö: Växjö University Press, 2006), s. 9.

Ihrskog tar i sina ”Teoretiska utgångspunkter” upp George Herbert Mead och symbolisk interaktionism. Utifrån Meads tankar om hur vår identitet skapas i samspelet med andra och hur vår sociala kompetens byggs upp med utgångspunkt i språket, tar Ihrskog i sin avhandling upp barns relationer med jämnåriga och undersöker vikten av att ha vänner på samma nivå.⁴ I och med detta fångar hon upp delar av barns identitetsutveckling genom att ta utgångspunkt i symbolisk interaktionism. I reflektioner över sina resultat beskriver hon hur kompisrelationer skapar en emotionell trygghet. Har man fler relationer i sin vardag ökar välbefinnandet. Det är vid aktiviteter såsom grupparbeten, raster och lunch i matsalen som relationerna sätts på prov och det blir tydligt vilka som är accepterade och vilka som inte är det.⁵ Ihrskog har i sin avhandling för avsikt att få en djupare förståelse för betydelsen av jämnåriga relationer i unga människors liv, och hur relationer hjälper till att forma deras identitet. Ur ett barns perspektiv handlar det enligt Ihrskog om man har kompisar eller inte. Begreppet kamrat uttrycker ett kollektiv till exempel klasskamrater och en vän är nästan lite högtidligt som ”vänner för livet”. Det är till riktiga kompisar som man känner närhet och tillit. Utifrån detta nya synsätt var det viktigt för Ihrskog att söka vikten av kompisar, och hon kommer i sin avhandling fram till att kompisrelationer är en grundläggande förutsättning för utveckling och välbefinnande.⁶ ”En kompis för barnen innebär; någon som bryr sig om mig, frågar efter mig, det är någon som vill att jag skall finnas där. Kompisar är inte ”taskiga” mot varandra, de är snälla och generösa, givmilda, hjälpsamma och de vill varandra väl.”⁷ Ihrskog vill också peka på den professionella pedagogens roll. Hon anser att kunskapen kring barns relationskapande och process generellt bör ökas hos pedagoger. Hon ifrågasätter också den traditionella skolans upplägg och system. Att hjälpa eleverna till att utvecklas socialt är detsamma som att hjälpa dem till att bli fungerande individer i samhället och det här behöver medvetandegöras i större utsträckning inom skolans olika delar.⁸

Thomas P. George och Donald P. Hartmann har skrivit artikeln *Friendship networks of unpopular, average and popular children* vilken precis som Ihrskogs avhandling undersöker relationskapande, här med fokus på hur olika vänskapskretsar ser ut för populära respektive impopulära elever. Resultaten visade att de mer populära eleverna hade ömsesidig vänskap i större utsträckning än de impopulära eleverna. De mest populära eleverna hade nästan tre

⁴Ihrskog, s. 33ff.

⁵Ibid., s. 106-107.

⁶Ibid., s. 157-158.

⁷Ibid., s. 157.

⁸Ibid., s. 158-161.

gångar så många ömsesidiga vänner än de minst populära eleverna. Dock hade alla elever, oavsett om de var populära eller inte, minst en vänkontakt som inte var ömsesidig. Medeltalet för populära respektive impopulära elever var ganska lika i denna kategori.⁹ Resultatet visade också att de elever som räknades som impopulära hade fler vänner som var yngre än de själva jämfört med dem som var populära. De impopulära eleverna hade även fler vänner utanför skolan och färre antal vänner av det motsatta könet. När det gällde sina vänners popularitet så visade det sig att de impopulära eleverna hade fler impopulära vänner än de populära eleverna hade. De populära eleverna hade i sin tur fler populära vänner.¹⁰ Hur populära elevers relationskapande och vänskapskrets ser ut är något som kommer att tas fasta på i intervjuerna i vår egen studie och diskutera utifrån bland annat den här forskningen.

William Bukowski m.fl. har skrivit artikeln *Popularity, friendship, and emotional adjustment during early adolescence*. Författarna formulerar en modell utifrån tidigare gjord forskning kring vänskap och popularitet. Modellen visar att popularitet och vänskap är kopplade till olika former av anpassning men även till emotionellt välbefinnande hos barn och ungdomar. Modellen tar upp variablerna popularitet, ömsesidig vänskap, kvalitet på vänskap, känslan av att tillhöra samt ensamhet. Modellen beskriver till exempel ett samband mellan popularitet, ömsesidig vänskap och tillhörighet.¹¹ Modellen utvärderas genom en studie i USA på 169 barn i femte och sjätte klass. Barnen fick besvara frågeformulär kring ovan nämnda områden och beskriva sin vänskapskrets genom skattning på en skala. Den presenterade modellen och sammanställningen av elevernas svar överensstämmer till stor del menar författarna. De tar också upp aspekten att popularitet inte behöver resultera i ömsesidig vänskap och att impopulära också kan ha bra vänskapsrelationer, vilket gör att känslan av ensamhet inte behöver infinna sig. Detta kan jämföras med George m.fl. forskning som kom fram till ungefär samma sak det vill säga att även de populära eleverna har vänskapsförhållanden som inte är ömsesidiga samt att de impopulära inte nödvändigtvis har färre antal vänner men kanske har en majoritet av sina kompisar utanför skolan. Ihrskog menar dock att fler vänskapsrelationer ger ett barn större välbefinnande tack vare den emotionella tryggheten, oavsett om den är ömsesidig eller inte. Bukowskis artikel tar inte upp egenskaper för att bli

⁹Thomas P. George, Donald P. Hartman, "Friendship networks of unpopular, average and popular children", *Child Development*, 67 (1996), s. 2308.

¹⁰Ibid., s. 2309ff.

¹¹William M. Bukowski, Betsy Hoza, Michel Boivin "Popularity, friendship, and emotional adjustment during early adolescence", *New directions for child development*, 60 (1993), s. 23-32.

populär, utan syftet är att hitta ett samband mellan vikten av att ha relationer och att kunna anpassa sig till sin omgivning, där popularitet och vänskap är de huvudsakliga parametrarna.¹²

1.3.2 Popularitet ur ett genusperspektiv

Ann-Sofie Holm har skrivit avhandlingen *Relationer i skolan* vilken är en studie av femininiteter och maskuliniteter i två olika skolor i år 9. Studien genomfördes dels med observationer men också genom intervjuer. För att belysa de ideal och normer som fanns hos de deltagande eleverna använde sig författaren av frågor om popularitet.¹³ I stort så likställdes popularitet med synlighet. Det gäller att sticka ut och att vara någon, att märkas. Detta gjorde man genom allt från utseende och hur man agerar till vilka man umgås med. Det var dock inte enskilda egenskaper som bidrog till en hög status utan en helhet.¹⁴ Den viktigaste egenskapen anses dock vara utseendet. I stort sett alla intervjuade elever nämner detta. Att flickor är mer utseendefixerade än pojkar är också en återkommande kommentar samt att det är en svår balansgång mellan att vara för mån om sitt utseende och att inte bry sig alls.¹⁵

Ett annat sätt att synas är, enligt eleverna, att ha en god social förmåga. Det som verkar vara normen för hur man ska vara är öppen, social och att ta för sig. Att känna mycket folk och att kunna snacka är egenskaper som värderas högt, likaså en stark grupptillhörighet.¹⁶ En faktor som inledningsvis inte var tänkt att ingå i studien var hur pass mycket en elevs övriga familj spelade roll för populariteten. Det visade sig att i den skola som låg i en mer glesbebodd kommun kunde övriga familjemedlemmar vara en viktig del i olika personers status. Ett barn med en förälder med högt anseende i trakten syns mer.¹⁷

Jon Swain undersöker ett liknande område, och har precis som Holm, tittat på popularitet utifrån ett genusperspektiv. Detta har resulterat i artikeln *The resources and strategies that 10-11 year old boys use to construct masculinities in the school setting*. Även Swain har i sin studie haft för avsikt att undersöka hur maskulinitet skapas, detta genom dels observationer och dels 104 löst strukturerade intervjuer med både pojkar och flickor. Data till studien samlades in under 1998-1999 på tre skolor i Storbritannien. De tre skolorna skilde sig åt

¹²Bukowski m.fl., s.32-36.

¹³Ann-Sofie Holm, *Relationer i skolan: En studie av femininiteter och maskuliniteter i år 9* (diss. Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis, 2008) s. 61.

¹⁴Ibid., s. 113.

¹⁵Ibid., s. 114ff.

¹⁶Ibid., s. 123ff.

¹⁷Ibid., s. 134ff.

genom att på två av dem gick det, till största delen, elever med mycket välbärgade familjer. Förutsättningarna på skolorna var goda, dock var den ena skolan striktare än den andra. På den tredje skolan var den ekonomiska statusen betydligt lägre. Även om de tre skolorna skilde sig åt finns det resurser och strategier som eleverna i respektive skola utnyttjar beroende på den enskilda skolans bakgrund, kultur och sammansättning av elever.¹⁸

Det fanns ett starkt samband mellan maskulinitet och status. För att uppnå maskulinitet och också status, understryker författaren kopplingen mellan idrott och maskulinitet. Pojkar och mäns maskuliniteter definieras ofta genom vad de gör med eller mot sina kroppar.¹⁹

Maskulinitet skapas enligt Swain i huvudsak genom den status man får från den jämnåriga omgivningen, men maskuliniteten kan skifta beroende på kultur och bakgrund.

Skolan har en stor del i skapandet av maskulinitet, både som institution där elever och lärare formar och upprätthåller maskulinitet samt som en plats med egna mönster och normer som florerar och förstärker det som redan finns. Att synas och att väcka uppmärksamhet leder till maskulinitet som i sin tur leder till status och popularitet. Dock skiljer sig innebörden av att synas mellan skolorna. Det viktigaste, enligt den här undersökningen för att erhålla status och popularitet bland jämnåriga, är den atletiska förmågan och den fysiska styrkan. Fotboll är den idrott med högst status, det är också bra att kunna springa snabbt. Olika spel och matcher är överlag, enligt den här artikeln, centralt i skapandet av maskulinitet. I skolan med lägre ekonomisk status togs även aggressivitet, att stå upp för sig själv och att vara ”macho” upp som faktorer. En ytterligare egenskap som Swain tar upp är humorn som i vissa fall kan vara en ren statushöjare, men det kan också användas för att väcka uppmärksamhet eller som en strategi för att slippa bli påhoppad för till exempel sitt utseende eller sina dåliga studieresultat. Kläder kan också fungera som ett sätt att utmärka sig på, och har skolan inga strikta regler för hur eleverna ska klä sig kan man uttrycka mycket genom sina kläder. Detta kan vara både positivt och negativt då det gäller att inte klä sig fel och även om klädkoderna skilde sig på respektive skola så fanns de ändå där.²⁰

¹⁸ Jon Swain, ”The resources and strategies that 10-11 year old boys use to construct masculinities in the school setting”, *British Educational Research Journal*, 30 (2004:1), s. 168f.

¹⁹Ibid., s. 167ff.

²⁰Ibid., s. 170ff.

1.3.3 Egenskaper och attribut som krävs för popularitet

Hongling Xie m.fl. har skrivit artikeln *What makes a girl (or a boy) popular (or unpopular)? African american children's perceptions and developmental differences*. I den här studien intervjuades 489 elever i år ett, fyra och sju med hjälp av öppna frågor. Syftet med studien var att undersöka elevernas uppfattning om varför vissa elever är mer populära än andra. Man var också intresserad av att se om det var några skillnader i elevernas uppfattning beroende på deras ålder.²¹ Studiens resultat kan sammanfattas på följande sätt: I år ett fick man inte ut lika uttömmande svar som hos de äldre eleverna vilka hade lättare att uttrycka konkreta faktorer som var viktigt i förhållande till popularitet. I de två äldre åren nämndes utseende, utstrålning och social begåvning som viktiga egenskaper, medan att vara en bra kompis och lekkamrat sågs som viktigt i år ett. Att vara aggressiv sågs som den huvudsakliga orsaken att bli impopulär av eleverna i år ett, medan bristande social förmåga var en betydande faktor för de äldre eleverna. Hos de äldre eleverna var även aktiviteter utanför skolan en bidragande orsak till popularitet, såsom att vara duktig inom idrott samt att ha ett stort socialt kontaktnät.²²

Som i studien ovan tar E. B. Meisinger m.fl. upp egenskaper som krävs för popularitet, i artikeln *Variant and invariant predictors of perceived popularity across majority black and majority white classrooms*. Här undersöks även perspektivet etnicitet. Denna studie har undersökt vilka egenskaper som kan kopplas till uppfattad popularitet i en klass med antingen en majoritet av vita eller av mörkhyade elever.²³ Social kompetens, att vara smart, atletisk förmåga och att vara cool var de egenskaper som hade ett tydligt samband med hur elever uppfattade popularitet, oavsett om skolan låg i ett ”vitt” eller ”svart” område. Även de personliga egenskaperna så som att äga många dyra ägodelar eller att se bra ut, var viktigt i alla klassrum, men det var dock viktigare för flickor än för pojkar.²⁴ I klasser med en majoritet av mörkhyade elever fanns det även ett samband mellan att vara tuff, aggressiv och introvert och popularitet. Att exkludera andra från gruppen och att ha kontroll över sina kompisar var faktorer som ökade den upplevda populariteten. Denna koppling fanns inte i

²¹Hongling Xie, Yan Li, Signe M. Boucher, Bryan C. Hutchins, Beverley D Cairns, “What makes a girl (or a boy) popular (or unpopular)? African american children's perceptions and developmental differences”, *Development psychology*, 42 (2006:4), s. 599-602.

²²Ibid., s. 603-609.

²³E.B. Meisinger, J.J. Blake, A.M. Lease, G.J. Palardy, S.F. Olejnik, ”Variant and invariant predictors of perceived popularity across majority-black and majority-white classrooms”, *Journal of School Psychology*. 45 (2007) s. 26ff.

²⁴Ibid., s. 31ff.

klasser med en majoritet av vita elever. Där var det istället så att de elever som visade sig aggressiva och stökiga, hade en lägre grad av upplevd popularitet bland sina klasskamrater.²⁵ Till skillnad från Xies studie, där de elever som inte klarade av det sociala samspelet i skolan sågs som mindre populära, finns det alltså resultat i Meisingers studie som visar på motsatsen. Perspektivet etnicitet som behandlas ovan tas inte upp i vår uppsats.

1.3.4 Grupperingar i klassrummet

Ruth Pearl m.fl. har skrivit artikeln *Fourth- and fifth-grade teachers' awareness of their classrooms' social networks*. I denna studie medverkade elever och lärare i 30 olika år fyra- och år femklasser i två skoldistrikt i USA. De fick två gånger under ett skolår, en gång på hösten och en gång på våren, fylla i ett frågeformulär. Frågorna syftade till att se om lärarna var medvetna om vilka grupperingar som fanns i klassen och vilka sociala grupper deras elever såg sig själva tillhöra. Elevernas svar jämfördes med lärarnas för att se hur mycket lärarna kände till det sociala kontaktnät som fanns i klassen. Elevernas enskilda svar sammanställdes med hjälp av en Social Cognitive Map (SCM). Exempel på grupperingar som tas upp i artikeln är, ”bråkmakarna”, ”atleterna”, och ”de populära”.²⁶ Resultaten visade att lärarna till viss del var medvetna om de grupperingar som fanns i deras klassrum. Dock visar studien på att det ofta finns ytterligare, mindre tydliga grupperingar, vilka läraren inte uppfattar.²⁷ Detta lyfter också Ihrskog fram i sin avhandling, det vill säga att skolan har en viktig roll i att förstå barns relationsskapande och upptäcka de elever som kan bli utanför.²⁸ Pearls studie visar också på att lärarna ”missade” färre grupperingar på våren än på hösten. Under hösten lyckades lärarna ringa in 20,6% av elevernas gemensamma uppfattning om klassens grupperingar helt. Lärarna lyckades delvis eller till stor del ringa in 45,2% av grupperingarna, medan de helt missade 34,2%. Antalet grupperingar som lärarna lyckades ringa in helt skilde sig inte nämnvärt från hösten till våren, däremot lyckades de ringa in större delar av grupper i större utsträckning under våren. Detta resulterade i att de grupperingar som helt gick förbi lärarna minskade från 34,2% till 12 % under våren.²⁹

²⁵Meisinger m.fl., s. 35ff.

²⁶Ruth Pearl, Man-Chi Leung, Richard Van Acker, Thomas W Farmer, Philip C. Rodkin, ”Fourth- and fifth-grade teachers' awareness of their classrooms social networks”, *The Elementary School Journal*, 108 (2007:1), s. 25-28.

²⁷Pearl m.fl., s. 34-35.

²⁸Ihrskog, s. 9.

²⁹Pearl m.fl., s. 29-38.

1.3.5 Sammanfattande reflektioner av forskningsläget

Popularitet, status, vänskap, relationskapande och grupperingar i barns vardag och huvudsakligen hur det skapas i skolan tas upp i forskningsläget. Forskningen har också olika infallsvinklar såsom genus, ålder och etnicitet. Mycket av det som tas upp kan direkt relateras till och diskuteras utifrån vår egen studie. Några exempel är: Ihrskog som i sina teoretiska utgångspunkter utgår från Mead och symbolisk interaktionism³⁰ och Holm vars intervjufrågor behandlar popularitet. Holms analysinriktning skiljer sig dock från vår, då hon analyserar sitt resultat utifrån ett rent genusperspektiv.³¹ Xie m.fl. tar upp konkreta exempel på attribut och egenskaper som krävs för att bli populär.³² Andra artiklar så som Pearl m.fl. har varit intressant läsning, de har väckt tankar och idéer samt inspirerat oss utifrån vårt blivande yrke som pedagoger, då de pekar på vikten av att se och förstå grupperingar bland elever.³³ Bukowskis artikel kan heller inte direkt kopplas till vår egen studie, men den har också varit givande och visar på att interaktion barn och ungdomar emellan inte på något sätt är enkel, utan väldigt känslotark, och där vänskap och popularitet har en viktig roll.³⁴ Sedan gjordes den här studien för ett antal år sedan, och vi är inte helt säkra på hur den verkligen genomfördes.

Att kompisrelationer med jämnåriga spelar en viktig roll i barns vardag för det sociala och emotionella utvecklandet känns näst intill självklart. Men en fråga som vi måste ställa oss utifrån Ihrskog och annan forskning som behandlas är om popularitet är detsamma som att ha många ömsesidiga relationer vilka resulterar i trygghet och välbefinnande. Detta är en tanke som kommer upp redan här, men som kommer att diskuteras utifrån resultatet senare i uppsatsen.

Ovan nämnd forskning är den del av forskningen inom det här området som har behandlats. Det är den som utifrån olika infallsvinklar kommer att hjälpa oss i diskussionen av våra egna resultat. Förhoppningen är att även vår egen studie kommer att bidra till något inom området. Målet är att som blivande pedagoger i skolan få en ökad förståelse för hur företeelsen popularitet formas och att vår uppmärksamhet i hög grad riktas till det spel, interaktion och meningsutbyte som hela tiden pågår mellan elever i skolan. Även om man inte ska förhindra

³⁰Ihrskog, s. 33ff.

³¹Holm, s. 61.

³²Hongling m.fl., s. 603-609.

³³Pearl m.fl., s. 25-28.

³⁴Bukowski, s. 32-36.

popularitet så krävs det att man är medveten om fenomenet och vågar agera om det är något som inte går rätt till. Den här studien är inte generaliserande, men skolan där studien är genomförd på är intresserad av resultaten och ser dem som användbara i sitt arbete.

Förhoppningen är också att de barn som har medverkat i studien har känt att intervjuerna har varit givande och fått dem att reflektera över begreppet popularitet i sin egen vardag.

1.4 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att belysa elevers tankar och erfarenheter, i år fem, kring popularitet i skolan.

Frågeställningar:

- Vad är utmärkande för en populär elev i år fem?
- Vilka skillnader och likheter finns det mellan populära pojkar respektive populära flickor?
- Är det viktigt att vara medveten om de sociala koderna som råder i skolan för att bli populär?
- Kan popularitet vara något negativt?

1.5 Teoretisk utgångspunkt

Symbolisk interaktionism (SI) har valts som teoretiska utgångspunkt. Teorin grundlades i slutet av 1800-talet och början av 1900-talet av ett flertal tänkare vid Chicagos universitet.³⁵ Gemensamt för dessa var att de var pragmatister. Med pragmatism menas att de praktiska konsekvenser som kommer av ett påstående av något slag är dess mening.³⁶ Det var i huvudsak George Herbert Mead som lade grunden för symbolisk interaktionism.³⁷ Mead använde själv inte termen symbolisk interaktionism utan det var hans elev Herbert Blumer som senare namngav teorin. Blumer beskriver själv i sin bok *Symbolic interactionism perspective and method* hur denna beteckning har blivit en relativt utmärkande beskrivning av studerandet av mänskligt liv i grupp. Han använde sig av termen symbolisk interaktionism i

³⁵Paul Rock, *The making of symbolic interactionism* (London and Basingstoke: The Macmillan press LTD, 1979, s. 5.

³⁶Nationalencyklopedin <<http://www.ne.se/pragmatism>> (Acc. 2009-09-10).

³⁷Herbert Blumer, *Symbolic interactionism; perspective and method* (Englewood Cliffs and New Jersey: Prentice-hall, inc, 1969), s. 1-2.

en av sina artiklar, en term som har kommit att bli allmänt vedertagen.³⁸ Vi har valt att i korthet summera de tankar och idéer som Mead, Blumer och även Erving Goffman hade kring SI, samt ge en avslutande sammanfattning.

Denna teori har inspirerats av ett antal av sociologins föregångare. Paul Rock som har skrivit boken *The making of symbolic interactionism* beskriver speciellt hur George Simmels tankar om microsociologi inspirerat SI. Microsociologins fokus ligger på den sociala interaktionen och på vikten av den enskilda människans händelser i vardagen.³⁹ ”*Social reality is accomplished by innumerable people coming and going, meeting and parting, loving and hating, creating social order through their encounters.*”⁴⁰

Mead (1863-1931)

Meads huvudsakliga teori, vilken också är grunden inom SI, var hans tankar om jaget. Han menade att varje individ formar sitt eget jag i förhållande till sin omgivning.⁴¹ ”*I wish to stress that Mead saw the self as a process and not as a structure.*”⁴² Vi utvecklar vår identitet från det att vi är barn genom samspelet med andra, leken går från symboler till spel och språk. Det är när vi kan se oss själva i förhållande till andra i vår omgivning som vi får en personlighet. De andra i vår omgivning kan enligt Mead delas upp i dels signifikanta andra vilket innebär viktiga personer för oss såsom vänner och familj och dels generaliserande andra med vilka han syftar till hela samhället med dess normer, värderingar och strukturer. Denna vardagliga interaktion mellan människor är en förutsättning för att samhället ska fungera.⁴³ ”*In very large measure, society becomes the formation of workable relations.*”⁴⁴ Enligt Mead så har vi ett jag (I) och ett objektigt jag (Me). ”Me” är det som formas utifrån hur vi ser på oss själva genom andras syn på oss själva, ”I” styrs av ”Me”. Tillsammans blir ”I” och ”Me” vår självbild. Genom vårt språk, kroppsspråk och andra kommunikativa hjälpmedel i det sociala samspelet lär vi oss att tolka vår omgivning och då också forma vår egen identitet. Det är viktigt att vårt ”språk” överensstämmer oss emellan, denna förståelse är en förutsättning för en lyckad kommunikation.⁴⁵

³⁸Ibid., s. 1.

³⁹Rock, s. 36-38.

⁴⁰Ibid., s. 37-38

⁴¹Blumer, s. 62.

⁴²Ibid., s. 62.

⁴³Ibid., s. 62ff.

⁴⁴Ibid., s. 76.

⁴⁵Ibid., s. 62ff.

Blumer (1900-1987)

Med utgångspunkt i Meads teori förklarar Blumer SI utifrån följande tre premisser:

- Human beings act towards things on the basis of the meanings that the things have for them.
- These meanings are the product of social interaction in human society.
- These meanings are modified and handled through an interpretative process that is used by each individual in dealing with the signs each encounters.⁴⁶

En egen översättning av detta är att människor handlar utifrån om vad som är viktigt och ger dem mening. Genom interaktion med andra människor och olika typer av relationer skapar vi mening. Vi handskas med denna mening genom en individuell tolkningsprocess vilken vi har utvecklat genom våra sociala erfarenheter, men meningen är inte statisk utan kan förändras över tid. Meningen är för Blumer en självklar del inom symbolisk interaktionism och är en produkt som skapas vid social interaktion mellan människor.⁴⁷

Blumer hade för avsikt att föra vidare, strukturera upp och utveckla Meads tankar som aldrig riktigt hade skrivits ned.

Goffman (1922-1982)

Goffmans huvudsakliga bidrag till SI var det dramaturgiska perspektivet, med vilket han i korta drag menar att vi intar olika roller beroende på den situation vi befinner oss i. Utifrån hans sätt att se på SI, vilket för övrigt var en term som han inte själv använde sig av, har samspelet i människornas vardag många likheter med teatervärlden.⁴⁸ Vårt liv är som en teaterscen med aktörer och publik, det gäller för oss som aktörer att hålla vårt anseende uppe och inte förlora vår värdighet inför vår omgivning, vår publik. Detta kallar Goffman för face-to-face relationer.⁴⁹

Genom social interaktion lär vi oss de sociala koderna och normerna vilket är betydande för de olika rollerna som vi tar oss an, vårt rolltagande är också beroende av vår status.⁵⁰

"We all act better than we know because our conduct in everyday encounters derives not from a script but from a command of an idiom, a command that is exercised from moment to moment with little calculation or forethought".⁵¹

⁴⁶Blumer, s. 2.

⁴⁷Ibid., s. 2-6.

⁴⁸Greg Smith, *Erving Goffman* (London and New York: Routledge, 2006), s. 5.

⁴⁹Ibid., s. 60ff.

⁵⁰Ibid., s. 42ff.

⁵¹Ibid., s. 43.

Sammanfattning av symbolisk interaktionism

SI är en sociologisk ideologi, där symbolisk syftar till språk och interaktionism till samspelet människor emellan. SI har växt fram under lång tid, och det var vid Chicagos universitet i början av 1900-talet det verkligen kom att bli en teori. Här kommer vi nu att dra ut ett antal huvuddrag ur teorin utifrån det vi läst i ovan nämnda böcker. Rock förklarar i sin bok hur Meads teori om jaget har kommit att bli hörnstenen inom SI, det som samhället kretsar kring. Jaget och personligheten formas när vår förmåga till språket (symboler) utvecklas och vi kan reflektera och se andra genom oss själva.⁵² Blumer skriver själv i sin bok hur termen symbolisk interaktionism beskriver studerandet av mänskligt liv i grupp. Samhället är inte statiskt utan formas under en process där människors samspel är den huvudsakliga faktorn. Enligt Blumer skapar vi mening genom social interaktion, meningen är beroende av vad vi människor ser som viktigt i våra liv. Goffman illustrerar SI utifrån sitt dramaturgiska perspektiv med termer från teatervärlden. Genom att inta olika roller anpassar vi oss till de normer, situationer och utmaningar vi ställs inför i det vardagliga livet.

Skolan är en plats där barn och ungdomar till stor del formar sin identitet och där de ställs inför stora sociala prövningar. Under skoltiden utvecklas vår sociala förmåga, vissa gör allt för att synas medan andra gör allt för att inte synas. Här följer en redogörelse för hur studies huvudämne popularitet kan kopplas till symbolisk interaktionism. Vi vill i studien belysa elevers tankar och erfarenheter kring begreppet popularitet. Syftet kan kopplas till symbolisk interaktionism genom att se skolan som ett forum där barn dagligen möts i samspel med varandra. I och med denna tankegång kan popularitet ses som något som tillförs till jaget i interaktion med andra, något som är föränderligt. En av frågeställningarna berör om det är viktigt att kunna de sociala spelreglerna i skolan för att bli populär. För att svara på det kommer vi vid diskussionen av resultaten att kunna ta hjälp av Meads teori om jagets och identitetens utveckling i samspel med andra. Av intresse blir också vad dessa populära elever har utifrån perspektivet symbolisk interaktionism. Är det viktigt att kunna kommunicera och vara väl medveten om de sociala koderna som råder i omgivning för att bli populär när man går i femte klass? Här kan vi också se till språket. Enligt Mead utvecklas även vårt språk i samspel med andra och det är med hjälp av det som vi kan tolka vår omgivning. Enligt Goffman anpassar vi oss till vår omgivning genom att spela olika roller. Vilka roller finns då i skolan, vilken roll krävs det att vi intar för att bli populär eller att inte hamna utanför? Vilka

⁵²Rock, s. 236.

roller finns i skolan? Skiljer det sig något mellan pojkar och flickor? Här finns ytterligare kopplingar till frågeställningarna och då också syftet. Då intervjuernas frågeguide utgår från syfte och frågeställningar kan även den kopplas till SI. Några exempel är: *Hur ska pojkar respektive flickor vara för att bli populära?* (Goffmans roller) samt *Beskriv någon situation där du upplever att någon eller några elever fått stå i centrum, hur kändes det här för dig?* (Mead, hur I utvecklas till Me genom att vi ser oss själva utifrån hur andra ser på oss).

Goffmans roller tillsammans med Meads teori om jagets utveckling i samspel med andra och språket som drivande i denna utveckling är utifrån symbolisk interaktionism det mest betydelsefulla vid analysens utformning och diskussionen av resultaten. Det blir den teoretiska ram och de delar av symbolisk interaktionism som främst kommer att användas vid bearbetnings- och analysprocessen för att kunna svara till studiens frågeställningar och syfte.

2 Metod

2.1 Avgränsningar

Att avgränsa sin studie kan vara en svårighet, men det är också nödvändigt för att det i slutskedet av arbetet ska gå att sammanföra uppsatsens olika delar till en helhet. Vi är fullt medvetna om att resultaten inte kommer att vara generaliserbara. Uppsatsens avgränsningar utgörs av att se vad de här tio eleverna i år fem, från en och samma skola, har att säga om popularitet utifrån syfte och frågeställningar. Även om slutsatserna som kan dras av resultaten inte gäller alla elever i år fem så är förhoppningen att hitta tendenser, vilka kan hjälpa till att få ökad insikt inom området.

2.2 Urval

I studien intervjuades tio barn i år fem varav fem var pojkar och fem var flickor. Alla var mellan elva och tolv år gamla och gick i samma skola. De gick även på samma fritidsgård som ligger i anslutning till skolan. Anledningen till valet av denna skola var att vi hade kontakter där och att den låg bra till geografiskt. Urvalet av elever gjordes i samarbete med de två föreståndarna på fritidsgården, vilka känner eleverna väl och har följt dem sedan de gick i tredje klass. Föreståndarna ombeddes att tillfråga åtta till tolv elever i år fem, gärna med en jämn fördelning mellan könen, om de kunde tänka sig att ställa upp på en intervju. De direktiv

som gavs föreståndarna var att det gärna fick vara elever som gav dem olika typer av intryck, att de gärna fick vara från olika grupperingar samt att de var intresserade av att delta i studien. Efter att ha fått en lista med tio namn (fyra flickor och sex pojkar) på elever som var intresserade av att bli intervjuade, ville vi komplettera den med ytterligare två flickor för att få en jämnare könsfördelning. Vi gick då runt på fritidsgården och frågade om det fanns två flickor i år fem som kunde tänka sig att vara med. Vi fick ganska snabbt tag på två flickor som gärna ställde upp på en intervju. Studien innehöll då tolv deltagare, varav hälften var flickor, som på ett första stadium hade sagt ja till en intervju och som vi hade bokat in en tid med.

Efter hand hoppade fem elever (två flickor och tre pojkar) av studien vilket gjorde att nya deltagare blev tvungna att rekryteras. Eftersom åtta intervjuer sågs som ett kritiskt minimum för studien och att antalet gärna fick ligga lite över detta så bestämdes att det saknades två pojkar och en flicka. För att rekrytera dessa till studien åkte vi till fritidsgården vid två olika tillfällen och frågade eleverna på plats om det fanns någon som var intresserad av att ställa upp på en intervju. Vi fick snabbt positiv respons och hade då genomfört totalt tio intervjuer, fem flickor och fem pojkar. De fem som hoppade av gjorde alla det innan de hade blivit intervjuade och angav bristande intresse som skäl till avhoppet.

2.3 Datainsamlingsmetod

Kvalitativa intervjuer användes som metod. Den huvudsakliga fördelen med kvalitativa intervjuer är att vi får en mer djupgående information och det blir lättare att förstå ämnet popularitet. Undersökningen är inte låst mer än att den styrs utifrån de förutbestämda frågeområdena, den förändras och fördjupas efter hand. De kvalitativa intervjuerna gör det möjligt att förstå dessa elevers attityder, tankar och erfarenheter kring popularitet, vilket gör det möjligt att besvara studiens syfte och frågeställningar. Varje intervju baserades på samma frågeguide men kunde få helt olika innehåll beroende på hur samtalet utvecklades. Vi försökte dock att alltid hinna med de frågeområden som fanns med i guiden. Intervjuerna bestod av två delar. Dels en bildvisningsdel samt en frågedel. Bildvisningsdelen gick ut på att det visades åtta bilder på olika kändisar, både enskilda, i par och i grupp. Bilderna lades oftast fram en och en och i nummerordning, med vissa undantag där flera bilder jämfördes. Diskussionen följde sen inga givna mallar utan genomfördes som en öppen intervju även om frågorna som

ställdes var i stort sett samma från bild till bild och från intervju till intervju. De frågor som kunde ställas var: ”Känner du igen den här personen?”, ”Berätta om den här personen.”, ”Vad tycker du om den här personen?”, ”Varför då?”, ”Vad tycker andra personer i din omgivning om den här personen?”, ”Varför då?”. När det kändes som att deltagarna inte hade så mycket mer att säga om bilden gick vi vidare till nästa. Bilderna, i det utförande och storlek som de användes i intervjuerna, kan ses i bilaga 3. Bilderna valdes för att spegla olika områden av kändisskap och karaktärer och med en jämn könsfördelning. När alla bilder gått igenom tillfrågades intervjudeltagarna om det fanns någon person som de tyckte att vi hade glömt att ta med på bild, någon som de såg upp till eller tyckte om. Samma frågor som ställdes om bilderna ställdes om denna person. Frågedelen baserades på de frågeområden som hade tagits fram men var i övrigt en öppen intervju utan strukturerade frågor och svarsalternativ. Svävade diskussionen iväg och hamnade för långt ifrån ämnet så försöktes den styras tillbaka igen. Varje intervju tog ca 30 minuter uppdelat på ca 10 minuter för bildvisningsdelen och ca 20 minuter för frågedelen.

Frågeguiden såg ut så här:

- Bildvisningen.
- Beskriv någon situation där du upplever att någon eller några elever fått stå mer i centrum, fått uppmärksamhet eller fått bestämma mer än andra på något sätt.
- Hur ska man vara för att bli populär?
- Varför tror du att vissa elever är mer populära än andra elever?
- Hur ska flickor respektive pojkar vara för att bli populära?
- Har du några knep för att få positiv uppmärksamhet?

2.4 Procedur

Första kontakten med en av föreståndarna på den aktuella fritidsgården togs på våren 2009 då möjligheten undersöktes att få komma och genomföra intervjuer med några elever. Vi hade då ett möte i hans arbetsrum där bakgrunden till studien beskrevs och där vi förklarade hur vi ville genomföra den. Föreståndaren fick komma med frågor och synpunkter för att kunna hjälpa oss så mycket som möjligt. På detta möte bestämdes att han tillsammans med sin kollega skulle hjälpa till att hitta elever som var intresserade av att delta i studien. När vi fått en lista med namn på intresserade elever besöktes skolan en gång till för att träffa dem personligen, i grupper om två, tre eller fyra elever samtidigt. Vi fick då chansen att presentera

oss och berätta lite om hur intervjuerna skulle gå till samt att eleverna också fick chansen att ställa frågor till oss om det var något som de undrade över. Vi berättade även att de, när som helst, både före, under och efter intervjun, fick dra sig ur studien om de inte kände för att vara med längre samt att största hänsyn skulle tas till deras anonymitet så att inga uppgifter kunde härledas tillbaka till dem eller deras skola. Vid dessa möten bokades en tid in för intervju, en tid som var efter skoltid och som passade båda parter. Eleverna fick även ett informationsbrev med sig hem som en vårdnadshavare skulle skriva på eftersom intervjudeltagarna var under 18 år. I brevet fanns en kort beskrivning av studien samt kontaktuppgifter till oss författare. Hela informationsbrevet finns i bilaga 2. Eleverna ombads att be sina vårdnadshavare läsa igenom brevet och sedan skriva under det om de samtyckte för intervjun. Eleverna ombads också att ta med sig de påskrivna breven tillbaka till fritidsgården och antingen lämna det till föreståndaren eller till oss vid intervjutillfället. För de tre elever som rekryterades på plats på fritidsgården erhöles ett godkännande från vårdnadshavaren genom att eleven fick ringa upp honom eller henne och fråga om det var okej att de var med på intervjun. Vårdnadshavaren fick också chansen att prata med oss författare för att ställa frågor om studien.

Intervjuerna genomfördes med en elev i taget och i de flesta fall i olika klassrum i närheten av fritidsgården. Vid två tillfällen fick dock intervjuerna ske utomhus, på en gård bredvid skolgården, på grund av utrymmesbrist. Antingen var båda författarna med och ledde intervjun eller så var det bara en av oss. Intervjuerna spelades in med hjälp av en mp3-spelare med inbyggd mikrofon och har sedan transkriberats med hjälp av ordbehandlingsprogrammen Microsoft Word och Open Office Writer samt ljudbehandlingsprogrammen Windows Media Player och Express Scribe. Transkriberingarna gjordes till en början med hjälp av Windows Media Player eftersom det är standard i de datorer som har använts. Efter ett tag fick vi tipset att använda oss av programmet Express Scribe som är speciellt framtaget för transkribering av ljudupptagningar och som gjorde arbetet mycket mer effektivt.

2.5 Analysmetod

När man gör en kvalitativ undersökning genom intervjuer är man hela tiden närvarande. Detta resulterar i att tankegångarna kring vad de här barnen förmedlar påbörjas redan under intervjuerna, analysen blir en process. Processen fortsätter sedan vid transkriberingen, genomläsningen och sedan analyserna av de utskrivna intervjuerna. Vid presentationen av

resultaten har vi valt att utifrån de utskrivna intervjuerna se vad det är som återkommer, det vill säga se om det går att urskilja några tendenser till mönster. Vi använder oss i huvudsak av analysmetoden kategorisering men också av meningskoncentrering vilket innebär att man tar ut det som är väsentligt och meningsbärande i texten och sedan kortfattat sammanfattar detta.⁵³ Man kan presentera sina resultat utifrån kategorisering på olika sätt. Vi har valt att kategorisera upp materialet efter bärande teman. Dessa teman har sin grund i frågeställningarna och de frågeområden som har använts. Målet har varit att utifrån dessa teman dels redogöra för det som konkret återkommer samt att fånga det som intervjuerna förmedlar. Vi vill ta vara på de nyanser som framträder.

2.6 Validitet och Reliabilitet

En kvalitativ studie som denna kommer aldrig att kunna ses som varken repeterbar eller generaliserbar eftersom urvalet är litet. Denna typ av undersökning är istället ute efter det unika. Reliabilitet utifrån ett kvalitativt perspektiv handlar inte om repeterbarhet på samma sätt som i kvantitativa undersökningar, snarare om tillförlitlighet och noggrannhet i undersökningen. Därför kan fortfarande en hög validitet och tillförlitlighet hållas på studien genom att, bland annat, i detalj beskriva hur studien är genomförd, metodvalen samt hur urvalet är gjort. Detta är gjort i de ovanstående punkterna. En annan faktor för att behålla en hög validitet och tillförlitlighet är att beskriva hur vår förförståelse, det vill säga våra fördomar, har påverkat arbetet med uppsatsen. Eftersom det inte var särskilt länge sedan vi själva gick i mellanstadiet samt det faktum att vi både utbildar oss till lärare och har arbetat med barn i olika sammanhang påverkas självklart bilden av hur vi tror att de intervjuades svar kommer att låta och hur resultaten kommer att analyseras. Det vi kan göra för att inte låta förförståelsen försämma validiteten och tillförlitligheten är att göra oss medvetna om den och försöka att inte låta den påverka hur vi tar oss an arbetet med uppsatsen, utan istället se den som en tillgång som hjälper oss att svara på vårt syfte. Även valet av bilder har påverkats av förförståelsen då bilder har valts som vi tror att barnen känner till. Det faktum att vi är två personer som skriver uppsatsen har gett oss möjligheten att analysera intervjuerna med två par ögon vilket förhoppningsvis ger en mer objektiv bild av resultaten. Detta har stärkt tillförlitligheten i studien jämfört med om det bara hade varit en person som sammanställt

⁵³Steinar Kvale, *Den kvalitativa forskningsintervjun* (Lund: Studentlitteratur, 1997), s. 175-180.

resultaten. Om sedan resultaten av studien går i linje med den tidigare genomförda forskningen så stärks tillförlitligheten ännu mer.

Eftersom vår tidigare erfarenhet av att intervjua barn är förhållandevis liten så har detta påverkat kvaliteten på genomförandet av intervjuerna. Vi har förberett oss så mycket som möjligt genom att läsa litteratur i ämnet samt fått tips och hjälp från vår handledare. Det vi kunde ha gjort var att genomföra en eller flera pilotintervjuer för att se vad vi behöver tänka extra på under de riktiga intervjuerna samt vid analysarbetet. För att öka validiteten hade vi även kunnat låta intervjudeltagarna själva läsa igenom transkriberingen av sin intervju för att på så sätt kunna minimera de små missförstånd som oundvikligt uppstår vid intervjuer. På grund av att detta skulle vara allt för tidskrävande valde vi att inte göra så utan förlitade oss istället på att intervjuerna tolkats på ett korrekt sätt. En svår balansgång är hur mycket information som deltagarna ska få innan intervjun har ägt rum. Om för mycket berättas om bakgrunden till uppsatsen finns risken att deltagarna hinner förbereda sig för mycket och svaren blir inte lika spontana och ärliga vilket kan påverka validiteten negativt. Och andra sidan är vi inte ute efter sanningar, utan vill försöka förstå hur de här barnen tänker. Genom att ge dem tid att tänka kring området, ges de också tid att formulera mer utvecklade svar. Vi valde att ge deltagarna undersöknings ramar. Resultatens tillförlitlighet kommer att tas upp igen under rubriken *Diskussion*.

2.6.1 Forskningsetisk diskussion

Vad gäller de forskningsetiska aspekterna av den här uppsatsen så är de flesta redan nämnda, så som deltagarnas anonymitet och möjlighet att hoppa av undersökningen, under rubriken *procedur*. Hänsyn har också tagits till intervjudeltagarnas ålder genom att försöka anpassa oss så mycket som möjligt efter dem. Tid och plats för intervjuerna kan vara saker som påverkar resultatet om inte eleverna känner sig trygga i situationen. För att eleverna skulle känna sig så trygga som möjligt genomfördes dem i eller i anslutning till skolan. De fick också själva välja tid och dag för intervjun för att det skulle ske på deras villkor. Det finns annars en risk att maktbalansen blir för ojämn i en situation där två vuxna ska intervjua ett barn.

3 Resultat

Under intervjuerna har vi medvetet valt att inte överanvända ordet populär. Ofta har uttryck använts så som *att stå i centrum* och *att få mycket uppmärksamhet*. Detta resulterar i ett icke konsekvent språk i resultatdelen. Allt som tas upp under temana har inte nämnts av alla intervjudeltagare, men det är återkommande. Hur återkommande det är har vi försökt beskriva på ett tydligt sätt. Detta genom att skriva om det tas upp av alla, alternativt med ord såsom fåtal, exakt antal eller flertal. Målet är att läsaren genom det beskrivna sammanhanget ska förstå hur frekventa svaren är utan att stapla siffror. Under analysarbetet har vi märkt att det är svårt att bena upp allt exakt under kategorier eller teman. Detta medför att en del av det som tas upp passar under olika teman fast beskrivs ur olika synvinklar. Ett exempel på detta är skillnader mellan flickor och pojkar, vilket är återkommande genom hela det insamlade materialet. Tanken har varit att sammanställa detta under ett speciellt tema, men man kan även urskilja det på andra ställen i resultatet.

3.1 Attribut

Under temat attribut är avsikten att dels beskriva vilka konkreta materiella föremål som är bra att äga för att erhålla popularitet och hur du gör för att dra nytta av dessa föremål. Utseendets vikt kommer också att behandlas till viss del, men det yttre är något som har kommit upp ur flera perspektiv under intervjuerna och kommer därför också att beskrivas vid flera tillfällen i resultatdelen.

Att vara först med nya, dyra och häftiga föremål är enligt alla deltagare ett bra sätt att få positiv uppmärksamhet på, men ett par poängterar dock att den uppmärksamheten ofta är kortvarig och behöver fyllas på efter hand. För att uppmärksamheten ska få någon effekt är det viktigt att man är först med saken, bra är också om du har lite status sedan tidigare samt har möjlighet att ta med saken till skolan. De mest frekventa sakerna som har tagits upp är tv- och dataspel, mobiltelefoner, hörlurar och kläder som är inne såsom märkeskläder. En av pojkarna säger till exempel *”Jag är en sån som verkligen bryr mig... ja vilka kläder man har såhär, men också för man vill ju va lite sådär ball sådär... kläderna som man har... såhär märkeskläder och så.”*⁵⁴ Smycken och stressbollar har också nämnts, men endast vid ett

⁵⁴Intervju 8, s. 3.

tillfälle vardera, dock utifrån syftet att beskriva att det är av vikt att vara först med nya saker i skolan.

Att ha ett fördelaktigt utseende tas upp av alla deltagare som en del i det som är betydelsefullt för att bli populär. Exakt vad som menas med att ha ett fördelaktigt utseende behandlas inte i uppsatsen. Men ett exempel, utöver att ha häftiga kläder som tas upp vid två tillfällen, är att det är av vikt att som flicka vara smal. Alla nämner emellertid på ett mer eller mindre utförligt sätt att de själva anser att det är insidan och inte utsidan som är viktigast, men att de vet att många i deras omgivning tänker på människors utseende. Detta kom ofta upp i och med att bilden från serien Ugly Betty visades, där skådespelerskans roll ska ha stereotypt fula och töntiga karaktärsdrag. Även om de anser att insidan är viktigare än utsidan så är de alla medvetna om vilka karaktärsdrag som anses vara töntiga. Till dessa hör bland annat glasögon, tandställning och gammalmodiga kläder. Kläder kan alltså dels ge dig positiv uppmärksamhet om du bär det som är rätt, samtidigt som det kan ge dig negativ uppmärksamhet om din klädstil skiljer sig för mycket från det som är inne.

3.2 Varför är vissa barn mer populära än andra, vilka egenskaper krävs?

Deltagarna beskriver att det finns olika sätt att vara populär på, de har alla flera svar på vad som krävs för att bli populär. Men de förklarar också att det inte behövs alla egenskaper för att hamna i centrum, det hela är beroende av den situation som råder. Har man till exempel kläder som inte anses vara inne så kan det kompenseras genom att vara rolig. En av de som blir intervjuade svarar följande på frågan om man kan få positiv uppmärksamhet i skolan trots fula kläder. ”Ja, såklart man kan. Om man är såhär rolig eller så...”⁵⁵

Samtliga tio elever tar upp ett eller flera exempel på roliga personer i sin klass. Alla klasser verkar ha den eller de elever som alltid får uppmärksamhet genom att dra roliga skämt eller säga rätt kommentar vid rätt tidpunkt. Dessa elever sticker ut och nästan uppträder i klassen. Att vara rolig är den mest återkommande anledningarna till varför man blir populär.

Deltagarna beskriver det som en skön känsla när ett skämt verkligen går hem. ”Ibland på skapande så kanske nån drar nåt roligt skämt och då säger alla mera, mera, mera! Eller en kille i vår klass, han drar alltid så här jätteroliga skämt och då blir han nästan så här lite

⁵⁵Intervju 8, s. 5.

känd i våran klass för att dra roliga skämt.”⁵⁶ Men det finns också ett par elever som tar upp en baksida av den uppmärksamhet de roliga eleverna får. Ofta så faller roliga kommentarer när någon gör ett misstag av något slag, vilket leder till att alla skrattar på någon annans bekostnad. De finns också de som mer beskrivs som så kallade ”pajaser” vilka inte framstår som direkt populära utan snarare drar alla skämt för att få synas. Så här säger en av flickorna: *”Men han är inte så populär så det är därför han drar alla skämt. För att han ska bli populär, för att någon ska kolla på honom och liksom ge honom uppmärksamhet. Fast alla skrattar ju när han drar ett skämt men sen så struntar man ganska mycket i honom sen.”*⁵⁷

Att ha ett stort gäng att umgås med tas upp på ett eller annat sätt av alla de intervjuade. En beskrivning på hur ett gäng kan vara uppbyggt, är att det finns en eller ett par ledare i gänget som syns och är mest populära. Sedan finns det både de i gänget och de utanför gänget som ser upp till ledarna och vill vara som dem. Ledare blir man bland annat genom att komma med många idéer, våga göra saker som man inte får, våga bestämma över andra, se bra ut och ha bäst materiella saker. Så här svarar en av de intervjuade på frågan hur man gör för att bli en ledare: *”Ja, man skaffar så mycket kompisar och så kanske man har mest idéer, har bäst saker och liksom, är den som får mest förtroende av alla.”*⁵⁸

Vissa ledare är kaxiga, egoistiska och styr gänget genom att bestämma, medan andra ledare är snälla, tar initiativ och styr upp lekar och arbeten i skolan, de har fått ett inofficiellt förtroende av de som ingår i gänget. Det finns också gäng eller grupper som inte har några direkta ledare, gängets medlemmar har snarare olika roller, men det är ingen som bestämmer mer än någon annan. Ofta står de utanför de gäng där de uttalade populära eleverna ingår, och blir heller inte imponerade av dem. *”Jag är med tre andra tjejer och vi brukar inte bestämma och hålla på och säga så här, nu ska vi leka det och det. Utan vi, vi bara går runt och pratar och ibland så ser vi nån leka då bara hoppar vi med och leker med.”*⁵⁹ *” [...] Asså, vi lyssnar inte på nån, vi blir inte hypnotiserade av nån och bara följer efter utan vi vill ha kul.”*⁶⁰

Alla utom en av deltagarna beskriver att de har populära personer i klassen. Personen som inte gör det anser att alla är jämnpopulära men pekar ändå på att det finns olika roller i klassen såsom att ha snygga kläder, vara bra på fotboll och att vara rolig. Är man busig, kaxig och

⁵⁶Intervju 2, s. 3.

⁵⁷Intervju 7, s. 7.

⁵⁸Intervju 1, s. 4.

⁵⁹Intervju 5, s. 4.

⁶⁰Ibid., s. 5.

vågar göra saker som man inte får har man enligt flertalet av våra deltagare en god chans att bli populär, detta inger respekt.

” [---]Hon gör saker som man inte ska göra, det är därför hon blir populär tror jag, för att hon typ struntar i nån lektion, alltså man kan inte säga att hon har skolkat, men hon har liksom om hon kommer på att åh nej vi skulle vara inne den tiden och hon är på rast så bara - vi struntar i det, vi gör klart det vi gör och sen går vi upp. Det är liksom att hon vågar göra, vågad liksom, vågar göra saker som andra inte vågar.⁶¹

Att precis som vi nämnde tidigare komma med nya idéer som är roliga och som andra hänger på är viktigt. Men för att det som föreslås ska gå hem krävs det att man har en grundstatus och är en sådan som brukar ta för sig. Detta resulterar i att det ofta är samma personer som introducerar lekarna. Uttrycket att försöka vara ”fjortis” tas upp vid tre tillfällen både i negativ och i positiv bemärkelse. En fjortis beskrivs som någon som är självisk, är ute sent, skolkar från lektioner, är på populära ställen, flickor som är fjortis sminkar sig också. Fjortis är en beskrivning på någon som är populär och tillskrivs enligt dessa tre deltagare oftast flickor.

Kläder tas upp i alla tio intervjuer, oftast som något som ger dig hög status. Men det kan också vara precis tvärtom om du inte följer klädkoderna i din omgivning. *”Man har typ samma kläder varje dag [---]det är bara **** och hennes gäng som hackar på en, säger – uh vad har du köpt dom där kläderna? Grisarnas eller? För det finns ju en affär som heter myrorna.”⁶²* Genom att klä sig som alla andra och inte sticka ut för mycket slipper du kommentarer om dina kläder. Är du redan populär har du både mer press på dig att bära det som är rätt samtidigt som man har ett större svängrum med hur man klär sig, eftersom man genom sin status får vara med och starta trenderna i skolan. Att ha de rätta attributen i stort är något som hjälper dig att få positiv uppmärksamhet.

Att vara bra på fotboll ses av majoriteten som en mycket bra egenskap. Största anledningen till det är att det är den sport som flest håller på med. Att vara bra på idrott anses av flertalet som en bra egenskap om man vill bli populär, även handboll, friidrott och att kunna springa

⁶¹Intervju 10, s. 4-5.

⁶²Ibid., s. 8.

snabbt nämns. Man pratar om snygga mål, hårda skott och häftiga räddningar. Trots detta är hälften av de som vi har pratat med själva inte speciellt intresserade av varken fotboll eller idrott i stort. Att vara duktig på dataspel tas upp av alla fem pojkar som en bra kvalitet för att hamna i centrum. Spel som World of Warcraft, Rainbow Six Vegas och Counter Strike tas upp. En av flickorna nämner datorer som ett bra medel för att få uppmärksamhet, men hon tar inte upp dataspel, utan datorn som en uppmärksammas ägodel och ett bra sätt att kommunicera på. Att spela instrument och då gärna i band tas upp av tre elever mer som ett intresse än något som gör att man blir populär. Men i detta resonemang kommer det fram att de instrument som nämns som tuffa och populära är elbas, gitarr och trummor medan exempel på mindre tuffa instrument är piano och cello.

3.2.1 Elevernas egna knep för att bli populär

Viktigt att poängtera här är att alla de som har intervjuats inte vill vara populära själva. Men då alla känner någon som de vet vill vara det så kan de ändå se till de knep som finns. Detta är inga direkta citat men elevernas egna beskrivningar och språk.

- Har man någon kompis i de populära gängen så ser man till att få umgås med den och på så sätt hela det gänget. Då kommer man lite in i det gänget och blir lite populär, i alla fall för stunden.
- Skämt som går hem fungerar bra. Bäst är att dra det precis innan alla går in på lektion, när alla är samlade för då börjar några som hör det skratta och sedan frågar alla vad det var som var så roligt och då får man dra skämtet flera gånger.
- Även om man inte behöver göra exakt som gruppen, så är det viktigt att hänga på för om man börjar ta sig för något helt annat så finns det en risk att man hamnar utanför.
- Roliga skämt, klä sig häftigt och snygga trix med fotbollen.
- Beroende på hur mycket uppmärksamhet man vill dra till sig ligger man olika lågt, känner av stämningen, varierar mellan att prata med de i gänget och lyssna på dem.
- Hur man kan bli populär utan att vara taskig: Skaffar många kompisar, har snygga kläder, vara snäll och låta alla vara med. Dock är det oftast de lite halvtaskiga som blir populära.

3.3 Populär som flicka respektive pojke

Som nämnts tidigare har skillnader mellan pojkar och flickor kommit upp genom hela undersökningen och under det här temat är målet att sammanfatta dessa. Det har varit väldigt mycket vi och dem, speciellt pojkarna har varit väldigt noga med att poängtera att det är väldigt svårt för dem att beskriva hur flickor är och vad de gör, eftersom de själva inte är flickor. ”*Jag vet faktiskt inte så mycket om vad tjejerna gör på sin fritid för jag är kille och min lillebror är också kille.*”⁶³ När vi sedan fortsätter att prata om ämnet tar pojkarna upp saker så som att flickor ska vara kaxiga samt ha det senaste modet och sminket för att bli populära. Vidare kommer pojkarna fram till att de både är lika och olika när det handlar om popularitet. Flickor har lättare att beskriva pojkar, de ska bland annat vara bra på fotboll, ha snygga kläder och visa sig häftiga. Men även flickorna kommer fram till att det i grunden inte är några jättestora skillnader, men att de ändå finns. Vi har i analysen sett både likheter och skillnader och här följer en redogörelse av vad som har framkommit.

Ledare finns både i flickgäng och i pojkgäng, blandade gäng nämns inte under intervjuerna. Däremot är popularitet för pojkarna att hamna i centrum bland de andra pojkarna, som flicka däremot kan du höja din status om du är omtyckt och får umgås även med pojkarna. Så här svarade en av flickorna på frågan hur flickor ska göra för att bli populära: ”[---] *Om man liksom är vid killarna, för det finns en tjej som inte klär sig så mycket, utan hon är vanlig, men hon har hängt med killarna, hon leker aldrig med oss, [---] och hon fick mer uppmärksamhet [---].*”⁶⁴ Både flickor och pojkar kan vara roliga och få uppmärksamhet genom det. Men det tas upp vid ett par tillfällen att flickor inte vågar skämta och fälla kommentarer på samma sätt som pojkar i klassrummet. Flickorna syns inte genom humorn i samma utsträckning som pojkarna gör inför alla i klassen. När rollen som ”den roliga” i klassen beskrivs, så nämner alla deltagare en eller flera pojkar. Däremot så kan flickor inta rollen som rolig i sina egna mindre gäng och grupper. Både populära flickor och pojkar beskrivs av flertalet som sådana som är lite kaxiga, vågar ta för sig och bestämmer mycket, men detta yttrar sig på lite olika sätt. Medan pojkarna klättrar på hustak, skämtar om andra och låter högst så ”dissar” flickorna och har attityd. Med att dessa menas att de är otrevliga mot och ignorerar de som inte passar in. Flickorna gör också saker som man inte får, där nämns inga hustak, men exakt vad det är de gör som man inte får har inte kommit fram.

⁶³Intervju 9, s. 7.

⁶⁴Intervju 5, s. 6.

Att ha det senaste klädmodet nämns av alla deltagarna som något som kan ge popularitet och gäller för både pojkar och flickor. Vad det senaste modet är kommer inte riktigt fram under intervjuerna, men det är pojk- respektive flickkläder. Det som nämns mest frekvent är märkeskläder och Björn Borg tas upp som ett exempel vid ett par tillfällen. Att vara duktig på de tv- och dataspel som är inne anses av pojkarna som något som ger positiv uppmärksamhet för just pojkar. Det kan bidra till att du får hjälpa de andra som också spelar. Detta sätter dig i en position, där de andra är beroende av din hjälp, vilket i sin tur ökar din status. Detta tas inte upp alls vad gäller flickor, en av pojkarna säger så här: *”Dom kör ju inte tv-spel, och inte data heller. Då är dom inne på typ så här hästsiter eller miniklipp[---]. Det är åtminstone vad jag vet. Jag tror inte dom kör till exempel ”Slaget om midgård” som jag är jättebra på.”*⁶⁵ Sport och då i första hand fotboll tas främst upp som något som är bra för pojkars popularitet. Att vara bra på fotboll ger inte alls samma status om du är flicka, om det inte råkar vara så att det är många flickor i en och samma klass som idrottar, då blir det populärt. Ett förslag som tas upp för flickor som är bra på fotboll är att de skulle kunna visa upp det för pojkarna, så att de blir avundsjuka. Utseendet nämns på ett eller annat sätt av alla när populära flickor ska beskrivas, exempel på detta är att använda smink, vara söt, snygg och smal. Utseendet ses generellt som mer viktigt för flickor än för pojkar.

Att ha nya och fina saker att ta med till skolan är positivt både för både flickor och pojkar. Vad som är inne förändras efter hand men just nu verkar det vara de saker som togs upp under temat attribut. Här har inga stora skillnader mellan könen kommit fram, förutom att det är pojkar som i störst utsträckning har med sig spel av olika slag. Mobiltelefoner, hörlurar och modekläder gäller för både flickor och pojkar, oftast går det dock att urskilja om föremålet tillhör en flicka eller pojke. Sedan varierar det från klass till klass, någon tog upp stressbollar medan en annan tog upp att det var populärt för flickor att göra sina egna smycken och ta med till skolan.

3.4 Det sociala spelet

Om man vill bli populär så krävs det att man anpassar sig till omgivningen genom att bland annat ingå i ett gäng, ha de rätta kläderna eller att ha bra tajming med sina kommentarer. Men

⁶⁵Intervju 9, s.7

även om man inte går så långt som att ha allt som är inne så gäller det att inte vara konstig. Alla de intervjuade tar vid ett eller flera tillfällen upp det att man inte bör se ut eller bete sig på ett konstigt eller udda sätt, för det resulterar i att andra inte vill umgås med en. Exakt vad udda innebär beskrivs dock inte, även om det går att ana. Även om alla inte har ett behov av att vara mest i centrum så vill ingen heller vara utanför. Två tar upp att det kan vara svårt om man inte ingår i ett speciellt gäng, utan bara har en speciell bästa kompis, man blir då så utelämnad om den kompisen är borta. Detta är inte lika vanligt för de som har ett stort gäng, vilket ofta populära elever har. Den här företeelsen går att ana vid ett par andra intervjuer också, även om den inte sägs rakt ut.

Skolan är en plats där det råder både officiella och inofficiella regler. För att belysa skolan som en plats där det råder ett socialt spel med inofficiella regler har vi valt att presentera några exempel från intervjuerna. Dessa beskriver långt ifrån hela området, men det ger oss en inblick i hur det kan se ut. Även här tas hjälp av barnens egna språk i beskrivningarna. Första exemplet är att om man har startat en lek, så är det de som har startat leken som bestämmer vilka som ska ingå i leken. Om man inte har startat leken men vill vara med ändå så är man inte lika mycket i centrum, det är mer behagligt att ha startat leken än att komma in utifrån. Ofta så är det samma elever som brukar starta lekar. Det här kan yttra sig till både rättvisa och orättvisa situationer beroende på hur de som är i centrum beter sig.

Tre deltagare tar upp exempel på hur deras kompisar beter sig annorlunda i skolan än när man umgås själva. Från att vara kaxig och taskig i skolan så kan personen vara jättesnäll när man är hemma själv med kompisen. De tror att den här skillnaden beror på grupstryck och att de vill hamna i centrum när de är i skolan. Genom den här dialogen beskriver en av pojkarna hur det kan se ut.

***Elev:** Eh, fast det är ingen som är så här, asså, alla förändras ju i skolan, så här försöker va lite så här annorlunda eller så än vad dom är i verkligheten.*

***Henrik:** Okej.*

***Elev:** Och... det jag gillar, asså jag har ingen lust att göra det, jag försöker va så som jag är vanligt så här...*

***Henrik:** Mm.*

***Elev:** Kanske göra nåt skämt så hära som jag brukar göra hemma eller så och sen klä mig som jag brukar göra hemma eller så.*

***Henrik:** Hur kommer det sig tror du, att folk försöker va nån annan än vad dom egentligen är?*

***Elev:** För att bli populära.*

Vidare förklarar han att:

Elev: För sen blir det ju svårt om man tar med sig en kompis hem, ja då får ju dom reda på såhär – Jaha, varför har du gjort sådär och sådär och sådär.

Henrik: Ja.

Elev: Just därför kan jag ta med många kompisar hem, eftersom dom inte har nåt typ att få reda på eller så.⁶⁶

Det pojken beskriver i citatet ovan är att barn i hans omgivning ofta intar en annan roll i skolan. En roll som inte stämmer överens med den person som de är när de är hemma. Men eftersom han anser att han är samma person i skolan som hemma, så kan han ta hem kompisar utan att en konstig situation uppstår.

I en annan intervju beskriver en flicka hur det så kallade tuffa flickgänget i hennes klass en dag ville att hon skulle vara med dem, och efter ett tag blev de bra kompisar. Men så blev hon även kompis med en mindre populär flicka, i intervjun beskrivs hon som en nörd. Detta resulterade att flickan i exemplet blev utpetad från det tuffa gänget och de började i stället vara taskiga mot henne. Det hela slutade med att hon idag har bytt skola och inte är kompis med någon av parterna.

3.5 Är populär någonting man vill vara?

Ingen av de som har intervjuats ser sig själva som den populära ledaren i klassen. En flicka svarar dessutom uttryckligen att hon inte vill vara populär. De andra säger inte heller att de vill vara den populäraste i klassen, i alla fall inte genom att vara taskiga, kaxiga eller bestämma över andra. Men de säger samtidigt att de gärna vill ha uppmärksamhet genom att bland annat vara rolig, komma med bra idéer eller ha snygga kläder. På ett eller annat sätt kommer det i alla intervjuer fram att det ändå är en skön känsla att vara den som alla lyssnar till och vill vara med, att känna sig respekterad. Det kan också vara positivt eftersom man då, som vi nämnde ovan, har ett stort gäng så man inte blir ensam om sin enda bästis är sjuk. Men alla tar också upp minst en negativ sak för de som är populära, bland annat att många vill vara som dem och de blir härmade. Det kan också vara pressat eftersom man hela tiden behöver vara ”rätt” för att få behålla sin popularitet. Det kan även vara jobbigt för dem som av olika anledningar vill vara populära och som är en del av ett gäng och umgås med populära ledare av olika slag att behöva vara ledaren till lags. Vilket ofta krävs för att erhålla och sedan behålla sin popularitet om man lyckas vinna någon. ”Dom är ju tre tjejer, ah och hon

⁶⁶Intervju 8, s. 8.

bestämmer över dom andra två, dom är såna här som man kan bestämma över, dom två tjejerna och hon bestämmer över dom för att hon ska ha, alltså hon har bara tagit med dom, bara för att hon ska ha ett gäng [---]⁶⁷

Populära elever beskrivs ofta som lite kaxiga och under våra intervjuer har det kommit fram att det ofta är de lite osäkra som dras till de här personerna och inte de som är självständiga. Ändå kan vi se tendenser till hur även de självständiga barnen väljer att försöka prata med de populära eleverna och komma in i deras gäng trots att de inte alltid betar sig varken snällt eller rättvist. ”Jag bryr mig inte så mycket om dom som är populära. Det finns ju några som är det i min klass. Men jag pratar med dom personerna ibland och försöker va så snäll mot dom som möjligt och så.”⁶⁸

Efter de här intervjuerna kan vi inte säga att populär, med allt det som ordet innefattar, är något som alla strävar efter. Vi kan däremot påstå att ingen vill hamna utanför. Även om en del väljer att inte sticka ut så mycket så vill man ändå märkas på ett positivt sätt. En metod kan här då vara att försöka bli en del av det gäng där de elever som av omgivningen anses vara populära tillhör.

3.6 Bildvisning

Som har beskrivits i metoddelen inleddes alla intervjuer med en bildvisning. Anledningen till det var dels att på ett lättsamt sätt starta ett samtal, samt att med hjälp av bilderna öppna upp för olika typer av följdfrågor. Detta är en sammanställning av de intervjuade elevernas tankar kring de åtta bilder (se bilaga 3) som vi visade och ställde frågor kring. De fick också ta upp egna kändisar och beskriva vad som var så bra med just dem.

- Hannah Montana är inte omtyckt av någon av pojkarna, det gillar inte hennes stil. Men alla känner igen henne. De flesta säger att hon är lite mer för yngre och för flickor. Några anledningar till varför flickor tycker om henne är enligt pojkarna att hon sjunger bra, har fina kläder och att hon är glad. Flickorna har inte heller så mycket till övers för henne, de tycker att hon är fjäntig och för yngre. Men de har alla sett hennes program någon gång och vet vad det handlar om. Ett par av flickorna berättar dock att de brukar se på serien regelbundet, eller att de har kompisar som gillar henne. Ett par

⁶⁷Intervju 10, s. 5.

⁶⁸Intervju 7, s. 6.

av flickornas anledningar till att hon är omtyckt är att hon är smal, att hon sjunger bra och att hennes låtar är fina. Kläderna är fina men inga som man går med till skolan direkt. De är också på det klara med att hon är för flickor.

- Zach Efron är heller inte omtyckt av pojkarna, mycket för att de inte gillar High School Musical i vilken han har en roll. Men ett par av dem anser ändå att han är en bra skådespelare och att han nog är omtyckt av flickorna för att han är söt och snygg. Flickorna har ett större intresse för honom. Om de inte gör det själva så har de alla kompisar som gillar High School Musical och tycker att han är söt och bra.
- Alla eleverna vet mycket väl vem Zlatan är, ett fåtal vet också vem Marta är. Men de säger alla att det pratas mycket mer om Zlatan och även om de inte gillar fotboll och Zlatan själva så vet de många som tycker om just honom, men det är mest pojkar som gör det. Zlatans storhet hänger på att han gör många mål, har varit med i så många lag utanför Sverige och att han är kaxig. Att vara riktigt duktig på något såsom fotboll gör att man pratar mer om hur duktiga de är än hur de är som personer. De vet inte varför det pratas mer om Zlatan än om Marta.
- Det är få som vet speciellt mycket om varken Mia & Klara eller Filip & Fredrik, flertalet påpekar att det är mer vuxenhumor. Ett par har dock sett på Filip och Fredriks program Söndagsparty, och det pratas om vilka gäster som har varit där, mest när Marilyn Manson var med, då många verkar vara hårdrockare i deras omgivning just nu. Men de är alla överens om att komiker är väldigt omtyckta.
- De flesta av eleverna känner till serien Ugly Betty, ingen har heller några problem att se skillnaderna mellan när skådespelaren är i sin roll och när hon inte är det. Hon har överdrivna glasögon, tandställning, buskiga ögonbryn och kläderna ser gammalmodiga ut. Hela paketet blir för mycket och ser väldigt töntigt ut. Men alla påpekar mer eller mindre att glasögon eller tandställning i sig inte är något töntigt och att man får se ut som man vill. Ändå är det fullt medvetna om vad som är det fula och töntiga med henne.
- De är i princip ingen som har sett Gossip Girl. Några få känner till serien. Men genom att bara se bilden uttrycker eleverna att de bland annat har rika föräldrar för det ser man på kläderna som är väldigt modeinriktade och att de är ett bra kompisgäng som har hög status. De kan också peka ut vilka roller de har i sitt gäng, vilka som ser snälla respektive kaxiga och elaka ut.

- När det kommer till egna kändisar tar alla pojkar upp hårdrocksartister såsom: Korn, Marilyn Manson, Slip Knot, Iron Maiden och Metallica. Flickorna tar upp Robert Pattinson från filmen Twilight, simmerskan Therese Alshammar, och Miley Cyrus som spelar Hannah Montana och en av pojkarna tar upp komikerna Björn Gustavsson och Johan Glans.

3.6.1 Analys av bildvisningens resultat

De kända personer som har valts ut till bildvisningen representerar olika genrer, i de flesta fall är även båda könen representerade. De personer som har valts ut tror vi att eleverna känner till och i och med det kan ha åsikter kring. I en del av fallen har det varit rätt vilket har genererat intressanta tankar och funderingar, medan andra bilder inte har gett lika mycket. Överlag så har bildvisningen påverkat intervjuerna positivt. De gav en lättsam ingång av intervjuernas uppstartande, de resulterade också i följdfrågor, en djupare dialog samt gav oss möjlighet till smidiga övergångar till de förutbestämda frågeområdena. Bilderna fanns också som något att gå tillbaka och referera till under hela intervjun. Att de fick välja en egen känd person att prata kring gav dem också en chans att beskriva lite om vad just de tyckte om och varför. Målet är att här ge en analys kring varför vi tror att vårt resultat av bildvisningen ser ut som det gör.

Kändisar har sina målgrupper och perioder när de är uppmärksammade. Att Hanna Montana anses vara töntig kan bero på att programmet riktar sig till de som är lite yngre än våra deltagare samt att hennes överdrivna liv med sång och dans tilltalar vissa, men långt ifrån alla. Både pojkarna och flickorna är mycket väl medvetna om att programmet riktar sig till flickor. I och med det är det helt otänkbart för pojkarna att tycka att hon är bra. Zach Effron har det lite lättare, en av anledningarna till det tror vi är att han är man. Flickorna i vår studie har nått den ålder då de överöses av "flickidoler" att tycka om. Media är nog mycket väl medvetna om idolfenomenet i sin marknadsföring av kändisar och filmer. Eftersom han medverkar i andra filmer än de som klassas som tjejfilmer kan även pojkarna tycka att han är helt okej. Det hela följer en rådande norm som vi författare är medvetna om och vilken både deltagarna och vi påverkas av. Zlatan syns överallt i media. Han är en hjälte i idrotts- och fotbollssammanhang, både för sitt spel och för sin attityd. Enbart de fotbollsintresserade känner igen Martha, medan alla känner igen Zlatan. Även om de som känner igen Martha vet att hon är en duktig

fotbollsspelare, så vet de mycket mer om Zlatan. Anledningen till det här tror vi är att damfotbollen inte har alls samma utrymme i media som herrfotbollen. Det satsas heller inte lika mycket pengar på damfotbollen, vilket gör att de heller inte bidrar med lika mycket pengar. Detta resulterar i att damer och herrar inte har likvärdiga förutsättningar att utvecklas som fotbollsspelare. Damerna når inte de stora arenorna och folkets intresse på samma sätt som herrarna gör.

När vi kommer till humorparen har nog deltagarna rätt när de säger att det är mer vuxenhumor, vi kanske hade kunnat välja andra personer inom humorgenren. Att Mia & Klara går på SVT vilka inte visar reklam kan vara en anledning till varför de i större utsträckning känner till Filip & Fredrik vars program oftare visas som reklam. Resultatet av dessa bilder blev ändå intressanta följdfrågor kring humorns betydelse för popularitet. Bilden på Ugly Betty visar på barnens dilemma kring den rådande normen om vad som anses vara töntigt. De är medvetna om de stereotypa töntiga karaktärsdragen. Men i och med att antingen de själva eller någon i deras omgivning har glasögon eller tandställning för att de behöver det, så anser de också att de olika dragen var för sig inte är töntiga. Vi tolkar det som att det är hela paketet som kommer med karaktären Ugly Betty som gör att hon uppfattas vara töntig, inte de enskilda attributen. Gossip Girl riktar sig mot lite äldre, vilket visar sig då deltagarna inte känner till dem. Men trots detta återkommer i och med den här bilden den rådande utseendenormen. Det är skolans tuffa gäng, där de olika individerna har intagit alternativt blivit tilldelade olika roller. Denna typ av gäng är en otroligt frekvent företeelse i främst amerikanska serier och filmer, detta gör att deltagarna kan urskilja de olika rollerna trots att de inte har sett just Gossip Girl.

Media har en stor makt och är i och med det med och utvecklar oss individer. Media kan ställas under det som Mead kallar det generaliserande andra vilket påverkar oss genom dess normer och värderingar. På så sätt är media en del i det som formar vår identitet.

3.7 Sammanfattning resultat

Begreppet popularitet är brett och vi har i resultatet kommit fram till att man kan vara populär på många olika sätt. Men det finns det som återkommer när dessa barn får prata och berätta om sina erfarenheter kring popularitet. Du behöver inte leva upp till allt som nämns ovan för

att hamna i centrum, men efter att ha analyserat de utskrivna intervjuerna så verkar det som att det är en viss typ av människor som skildras. Det är de som är lite kaxiga och vågar ta för sig som i störst utsträckning beskrivs, även om det självklart finns undantag. De som dessutom har en eller till och med flera av egenskaperna: är rolig, har snygga kläder, ser bra ut, är bra på att spela fotboll, är bra på tv-spel eller tar med sig nya häftiga saker till skolan, har ännu större chans att inta rollen som populär. ”Så liksom snygg, bra på fotboll, eh sådära snygga kläder och såhär roliga. Det skulle jag liksom säga, det då är man väldigt populär.”⁶⁹ Precis som det finns mycket likheter mellan pojkar och flickor så finns det mycket skillnader. Det är mycket stereotypa mönster som kommer fram under intervjuerna. Kort beskrivet så ska pojkarna vara duktiga på fotboll och dataspel för att hamna i centrum. Flickorna ska uppfattas söta och snygga av omgivningen samt ha tillgång till pojkarnas umgängeskrets. Men att våga ta för sig och att ha de rätta kläderna och attributen gäller för så väl flickor som pojkar. Även om begreppet populär, på grund av dess innebörd, klingar fullt i många öron så är det samtidigt viktigt för alla att inte hamna utanför. Och för att bli accepterad krävs det att man kan läsa av de sociala koder som finns i skolans värld. Exempel på detta är att man ska veta vad man kan säga och inte säga samt veta vilka kläder och intressen som är rätt just nu.

4 Sammanfattande diskussion

Syftet med uppsatsen är att belysa tio elevers, i år fem, tankar och erfarenheter kring popularitet i skolan. För att besvara syftet och frågeställningarna presenteras resultaten utifrån återkommande teman för att sedan avsluta resultatdelen med en sammanfattning. I denna del kommer studien i sin helhet samt resultaten att diskuteras, utifrån forskningsläget och den teoretiska utgångspunkten, vilka också har hjälpt till att forma intervjuguiden och analys-schemat.

Ihrskog beskriver i sin avhandling hur kompisrelationer i skolan medför trygghet och emotionellt välbefinnande. Att vara kompisar innebär ömsesidig vänskap. Hon uttrycker sig inte i termer av att vara populär eller inte, men skriver att det är tydligt i skolan vilka som är accepterade, och i och med detta har fler kompisar, vilket enligt Ihrskog ökar

⁶⁹Intervju 8, s. 7.

välbefinnandet.⁷⁰ Denna undersökning visar att populära elever ofta ingår i större gäng, och i och med det har många att umgås med. Detta medför enligt deltagarna en skillnad från de som bara har någon kompis i skolan, då risken är större att känna sig utelämnad och ensam, om den enda kompiserna är borta från skolan. George m.fl. tar också upp hur populära elever har ömsesidig vänskap i större utsträckning än impopulära elever, även här är det gänget med hög status som beskrivs.⁷¹ Bukowski m.fl. redogör i sin artikel för dels ett samband mellan popularitet, ömsesidig vänskap och tillhörighet, men tar även upp aspekten att popularitet inte alltid behöver resultera i ömsesidig vänskap och att impopulära också kan ha bra vänskapsrelationer.⁷² Detta kan man även utläsa i denna undersökning då exempel på hierarki och orättvisor i de populära gängen presenteras. Deltagarna beskriver också hur man kan tillhöra en grupp utan att uppfattas som populär. Vi tror inte att man behöver vara populärast i klassen och ha flest kompisar för att känna sig trygg i skolan, vi anses heller inte att popularitet medför ömsesidig vänskap i alla lägen. Men vi tror att populära elever kan ha bättre förutsättningar just ur synvinkeln att inte känna sig ensamma och utelämnade i skolans sociala värld.

Holm utgår från frågor kring popularitet i sin intervjuguide, hennes svar analyseras sedan utifrån ett genusperspektiv.⁷³ En del av analysens schemat har utgått från genus, för att få reda på skillnader och likheter mellan populära pojkar respektive flickor. Utseendets vikt är återkommande i Holms undersökning,⁷⁴ vilket är något som tas upp i alla intervjuer. Flickor uppfattas i Holms avhandling som mer utseendefixerade än pojkar,⁷⁵ vilket är en beskrivning som även kan ses i våra resultat. Vidare har Swain i sin artikel om maskuliniteter beskrivit hur maskulinitet skapas olika på grund av de resurser som finns att tillgå. Trots dessa skillnader finns det ett starkt samband mellan maskulinitet och status.⁷⁶ Att det maskulina i stort är statushöjande finns exempel på även i denna studie, då det till exempel uttrycks att flickor som umgås med pojkar anses vara populära, vilket inte nämns för pojkar som umgås med flickor. Artikeln skildrar skillnader mellan skolor med olika ekonomisk status, vilket är en aspekt som vi inte tar upp. Att ha god atletisk förmåga, då främst fotboll samt humor, vilket kan användas både till att väcka uppmärksamhet med, men också som en försvarsstrategi,

⁷⁰Ihrskog, s. 106-107.

⁷¹George m.fl., s. 2308.

⁷²Bukowski m.fl., s. 23-32.

⁷³Holm, s. 61.

⁷⁴Ibid., s. 114ff.

⁷⁵Ibid., s. 114ff.

⁷⁶Swain, s. 167ff.

beskrivs av Swain som delar i skapandet av maskulinitet och då också status.⁷⁷ Det här kan även tydligt utläsas i våra resultat, även om humor också tillskrivs flickor fast inte i lika stor utsträckning. Swain tar också upp kläder som ett sätt att synliggöra sig på, vilket kan verka både positivt och negativt.⁷⁸ Kläder är ur denna synvinkel återkommande också i vår studie, dock ser vi här inga skillnader mellan pojkar och flickor.

Något av det mest återkommande i undersökningen är att det är de som tar för sig och är lite kaxiga som ofta hamnar i centrum, sedan kan man öka eller säkerställa detta på olika sätt, så som med hjälp av humor, vara duktig i idrott, ha många kompisar, cool stil och många eftertraktade attribut. Egenskaper som krävs för popularitet uppmärksammas i ett flertal av de studier som tas upp i forskningsläget. Här är ett par tydliga exempel som går att relatera till vår egen forskning. Xie m.fl. tar upp stort socialt kontaktnät, utseende, utstrålning och social begåvning som viktiga faktorer för popularitet.⁷⁹ Meisinger m.fl. tar upp ett etnicitetsperspektiv vilket inte vi gör. Men oberoende etnicitet beskrivs även här social kompetens, samt att vara smart, god atletisk förmåga och att vara cool som positiva egenskaper för att vara populär.⁸⁰ Våra deltagare uttrycker sig inte i termer av social kompetens eller social förmåga, men de beskriver att man ska våga ta för sig, ha idéer, umgås med många och inte vara udda eller konstig. För att kunna leva upp till detta tror vi att det krävs att kunna läsa av sin omgivnings sociala koder. Ett ytterligare exempel på det här är Holms avhandling, där hon beskriver hur det gäller att sticka ut för att märkas, detta kan man göra på olika sätt till exempel genom utseende, beteende och sin umgängeskrets. Holm poängterar dock att det inte är enskilda egenskaper som bidrar till hög status, utan en helhet.⁸¹ Det är lite så vi menar när vi skriver att man kan inta rollen som populär på olika sätt, men också att det i stor utsträckning är en viss typ av människor som blir det. Att vara socialt begåvad är enligt oss att känna till de regler och koder i det som vi i vår uppsats kallar det sociala spelet. Detta tror inte vi enbart innebär att få uppmärksamhet genom att höras, synas och ha den mest rätta stilen utan också att veta sin roll. Veta när man ska prata och när man ska lyssna, en av pojkarna i vår undersökning beskriver hur han ibland brukar hålla sig undan och inte göra så mycket väsen av sig, han brukar pendla mellan att hålla sig mer eller mindre

⁷⁷Swain, s. 170ff.

⁷⁸Ibid., s. 170ff.

⁷⁹Hongling m.fl., s. 603-609.

⁸⁰Meisinger m.fl., s. 31ff.

⁸¹Holm, s. 113.

lågt. I detta går det att tolka in symbolisk interaktionism, dels samspelet mellan barnen, men också vikten av språket, det kommunikativa.

Vår teoretiska utgångspunkt är symbolisk interaktionism där symbolisk syftar till språket och interaktionism till samspelet mellan människor. Innan den diskuteras utifrån specifika exempel i resultaten så vill vi ytterligare en gång betona skolan som ett forum där barn dagligen möts i växelverkan med varandra och där kommunikation är en förutsättning. Skolan är i och med detta med och formar människors identitet och personlighet. Språket, kommunikationen och samspelet är mycket viktiga delar i det sociala spelet. Ungefär som den vardagliga kommunikationen enligt Mead får samhället att fungera, så får den vardagliga kommunikationen miljön i skolan att fungera.⁸² Exempel på detta är hur de grupper och gäng som vi har beskrivit, konstrueras. Där krävs samspel och kommunikation vilket även krävs i till exempel skapandet av leken och formandet av vad det är för attribut och kläder som gäller just nu. Enligt Meads teori om jaget så är utvecklandet av ”I” och ”Me” alltså vår självbild och personlighet, en process.⁸³ Vår identitet och personlighet prövas och utvecklas under tiden i skolan och med det också vår kommunikativa förmåga. Därför blir inte alltid samspelet, interaktionen mellan barnen, på alla villkor. Detta kan ses hos vuxna också, men den bli än mer tydlig i skolan. Enligt Meads teori formas ”Me” utifrån hur vi ser på oss själva genom andras syn på oss själva, denna utveckling är också tydlig i skolan. Våra deltagare beskriver bland annat hur det är viktigt att andra i klassen tycker att man är rolig, har snygga kläder eller är bra på fotboll. Får man ingen positiv uppmärksamhet av omgivningen så resulterar det i en försämrad självbild, det känner nog de flesta av oss igen.

Enligt Goffman intar vi människor olika roller för att anpassa oss till vardagens sociala prövningar. För att klara av interaktionen som pågår oss emellan lär vi oss vilka roller som passar var för att behålla vår värdighet och tillfredsställa vår publik, omgivningen.⁸⁴ Detta ser vi i skolans värld och kan exemplifieras utifrån vår egen undersökning. Flera av deltagarna tar upp hur de har kompisar som beter sig annorlunda i skolan mot vad de gör om de är ensamma med varandra. Deras kompisar anammar en roll som de vet genererar högre status. Vi tar också på oss rollen som flicka respektive pojke, kvinna respektive man. Dessa elever ser på det motsatta könet utifrån ett vi och dem perspektiv, de vet precis vad som klassas som

⁸²Blumer, s. 62ff.

⁸³Ibid., s. 62ff.

⁸⁴Smith, s. 5.

pojktigt respektive flickigt. Ett annat exempel som beskrivs både i resultatet och i forskningsläget är rollen som klassen pajas. En roll som kan fungera som skydd i skolan för att själv slippa vara den som bli påhoppad. Andra exempel på roller som kan antas för att erhålla popularitet är den som alltid har snygga kläder, nya prylar eller alltid kommer med roliga idéer. Vi tror att dessa roller till viss del är självvalda. De kan också vara formade av omgivningen och här har skolan en betydelsefull funktion då det kan motsvara barnens samhälle. Självklart har även familjen en del i rollskapandet. Här är värt att dra en parallell till Meads idé om formandet av självbilden utifrån det generaliserande respektive signifikanta andra,⁸⁵ på så sätt att skolan kan ses både som barnens samhälle, det generaliserande och det signifikanta, vännerna. Familjen tillhör också det signifikanta andra. Det är utifrån samspelet med andra som vi utvecklar vår identitet. Ihrskog använder sig också av SI i samband med sitt forskningsintresse, barns relationskapande med jämnåriga. Hon beskriver här hur man utifrån SI kan få en ökad förståelse för hur människans sociala kompetens byggs upp.⁸⁶

Med hjälp av forskningsläget och den teoretiska utgångspunkten har vi kunnat diskutera och fördjupa vårt eget resultat. Vi anser att vi har besvarat syftet och frågeställningarna, detta med hjälp av analys-schemat med teman som har sin utgångspunkt i frågeställningarna. Däremot är resultaten inte generaliserbara. Under rubriken validitet och reliabilitet beskrivs hur vår egen förförståelse kring ämnet kan ha påverkat resultaten då vi båda har mycket erfarenhet av skolan och dess miljö, både som före detta elever och från yrkeslivet. Även om popularitet i stort inte har förändrats speciellt mycket sedan vi var barn, så anser vi ändå att det är något som formas utifrån sin samtid och därför är ett område som det är viktigt för oss som blivande pedagoger att vara uppdaterade på. Tidigare har också andra faktorer tagits upp som har påverkat studiens reliabilitet och validitet och då resultatens tillförlitlighet både positivt och negativt. Målet har ändå varit att utföra och beskriva studien på ett noggrant och pålitligt sätt. En fråga som vi ställer oss är hur informationsbrevet och mötet med eleverna innan intervjuerna har påverkat deras tankar kring ämnet och då också intervjun. Vi tror att det både kan ha medfört att de var tryggare vid intervjutillfället samtidigt som de i och med det hade tid att tänka på ämnet. I efterhand har vi insett hur väl de förutbestämda personerna i intervjuernas bildvisning stämmer överens med det som kom att vara utmärkande för popularitet. Detta har självklart sin grund i vår egen förförståelse. Exakt hur mycket bilderna har påverkat elevernas svar är svårt att svara på. Däremot har eleverna fått prata ganska fritt

⁸⁵Blumer, s. 62ff.

⁸⁶Ihrskog, s. 33ff.

utifrån bilderna. Följdfrågorna som har ställts är därmed beroende av elevernas egna reaktioner på personerna. Trots detta ser vi resultaten som tillförlitliga i sitt sammanhang, även om det finns saker som vi borde ha gjort annorlunda, såsom att ha genomfört ett par pilotintervjuer. Studien har med sina tio intervjuer gett oss en ökad förståelse kring ämnet och ökat vår kunskap om hur man samtalar och arbetar med barn. Vi har relaterat studien till tidigare gjord forskning vilket påverkar våra resultatets trovärdighet positivt. Både Pearl och Ihrskog beskriver i sin forskning att det är viktigt att som pedagog vara medveten om de sociala roller och grupperingar som finns i skolan.^{87, 88} Denna medvetenhet ser vi som en betydelsefull egenskap i vår kommande yrkesroll.

Målet med studien var att se om det gick att hitta några tendenser till mönster inom ämnet popularitet, vilket är ett mål som vi anser har uppfyllts med frågeställningarna som ram. Detta blir vår slutsats. Däremot måste undersökningen ses utifrån sitt sammanhang, då urvalet är för litet för att resultaten ska gå att generalisera, även om tidigare forskning styrker resultaten. Det finns faktorer som har påverkat studiens tillförlitlighet, trots detta anser vi att studiens syfte och frågeställningar har besvarats på ett trovärdigt sätt.

4.1 Vidare forskning

Studiens resultat går i linje med den presenterade tidigare forskningen något som visar på att fenomenet popularitet i grunden inte har förändrats, däremot påverkas den av sin samtid. Utifrån den grund i popularitetsbegreppet som har beskrivits kan studiens innehåll utvecklas och rikta sig mot andra områden och målgrupper. Exempel på detta är jämförelser mellan olika åldrar, olika geografiska områden och socioekonomiska grupper. Det skulle även vara intressant att göra en studie där lärarnas tankar och erfarenheter belyses, en studie som också den skulle kunna formas efter de ovan nämnda exemplen.

⁸⁷Ihrskog, s. 9.

⁸⁸Pearl m.fl., s. 25-28.

Käll- och litteraturförteckning

Otryckta källor:

I författarnas ägo

Bandupptagning med utskrifter

Intervju 1, 4/5 2009

Intervju 2, 5/5 2009

Intervju 3, 13/5 2009

Intervju 4, 13/5 2009

Intervju 5, 14/5 2009

Intervju 6, 14/5 2009

Intervju 7, 18/5 2009

Intervju 8, 18/5 2009

Intervju 9, 27/5 2009

Intervju 10, 28/5 2009

Tryckta källor:

Blumer, Herbert, *Symbolic interactionism; perspective and method* (Englewood Cliffs and New Jersey: Prentice-hall, inc, 1969).

Bukowski, William M., Betsy Hoza, Michel Boivin "Popularity, friendship, and emotional adjustment during early adolescence", *New directions for child development*, 60 (1993), s. 23-37.

George, Thomas P., Donald P. Hartman, "Friendship networks of unpopular, average and popular children", *Child Development*, 67 (1996), s. 3201-2316.

Holm, Ann-Sofie, *Relationer i skolan: En studie av femininiteter och maskuliniteter i år 9* (diss. Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis, 2008).

Ihrskog, Maud, *Kompisar och kamrater: Barns och ungas villkor för relationsskapande i vardagen* (diss. Växjö: Växjö University Press, 2006).

Kvale, Steinar, *Den kvalitativa forskningsintervjun* (Lund: Studentlitteratur, 1997).

Meisinger, E.B., J.J. Blake, A.M. Lease, G.J. Palardy, S.F. Olejnik, "Variant and invariant predictors of perceived popularity across majority-black and majority-white classrooms", *Journal of School Psychology*. 45 (2007), s. 21-44.

Pearl, Ruth, Man-Chi Leung, Richard Van Acker, Thomas W Farmer, Philip C. Rodkin , "Fourth- and fifth-grade teachers' awareness of their classrooms social networks", *The Elementary School Journal* , 108 (2007:1), s. 25-39.

Rock, Paul, *The making of symbolic interactionism* (London and Basingstoke: The Macmillan press LTD, 1979).

Smith, Greg, *Erving Goffman* (London & New York: Routledge, 2006).

Swain, Jon, "The resources and strategies that 10-11 year old boys use to construct masculinities in the school setting", *British Educational Research Journal*, 30 (2004:1), s. 167-185.

Xie, Hongling, Yan Li, Signe M. Boucher, Bryan C. Hutchins, Beverley D Cairns, "What makes a girl (or a boy) popular (or unpopular)? African american *children's* perceptions and developmental differences", *Development psychology*, 42 (2006:4), s. 599-612.

Elektroniska källor:

Nationalencyklopedin, <<http://www.ne.se/pragmatism>> (Acc. 2009-09-10)

Nationalencyklopedin, <<http://www.ne.se/status>> (Acc. 2009-10-05)

Bilaga 1 - Litteratursökning

Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att belysa elevers tankar och erfarenheter, i år fem, kring popularitet i skolan.

Frågeställningar:

- Vad är utmärkande för en populär elev i år fem?
- Vilka skillnader och likheter finns det mellan populära pojkar respektive populära flickor?
- Är det viktigt att vara medveten om de sociala koderna som råder i skolan för att bli populär?
- Kan popularitet vara något negativt?

Vilka sökord har vi använt?

popularity, popular, status, friends, friendship, characteristics, characteristic, children, kids, masculinities, femininities popularitet, populär, populära, elev, elever, barn, skola, intervju, intervjuer, intervjustudie, maskulin, maskulinitet, feminin, femininitet

Var har vi sökt?

CSA, Artikelsök, google.com, EBSCO

Sökningar som gav relevant resultat

CSA: *popularity AND characteristics OR characteristic AND children OR kids*
EBSCO: *popularity AND characteristics AND children*
CSA: *popularity AND friendship*
EBSCO: *masculinities AND school AND status*
google.com: *femininitet maskulinitet*

Kommentarer

Inget av våra ämnen var särskilt svåra att hitta litteratur kring men ett problem har varit att sälla ut de mest relevanta artiklarna. Vi har även fått en del hjälp av vår handledare när det gäller att hitta böcker som belyser vår metod samt våra teoretiska utgångspunkter.

Bilaga 2 – Informationsbrev till vårdnadshavare

Hej förälder/målsman till

Vi heter Sarah och Henrik och är två studenter från Gymnastik- och idrottshögskolan (GIH), Sarah jobbar dessutom extra med idrott på XXXX. Under våren kommer vi att påbörja vårt examensarbete, ett arbete som sedan kommer att slutföras och sammanställas under hösten 2009.

Syftet med arbetet är att med hjälp av intervjuer ta reda på hur barn i årskurs fem ser på begreppet popularitet.

Ditt barn har slumpvis tillfrågats av XXXX eller XXXX att delta i en intervju och också tackat ja. Eftersom ditt barn är under 18 år, krävs det att även du ger ditt medgivande för att intervjun ska kunna genomföras.

Intervjun är inte på något sätt bindande i och med den här underskriften. Ditt barn får när som helst hoppa av. Själva intervjun får också avbrytas eller tas bort från arbetet i efterhand. All information i arbetet kommer att vara anonymt, och inte kunna härledas tillbaka till eleven.

Intervjuerna kommer att ske enskilt, på XXXX-tid och ta ca 30-45 minuter. Vi har tillsammans med ditt barn preliminärboktat följande tid:

Har ni några frågor kring arbetet, eller vill planera in en ny tid, tveka inte att höra av er till oss!

Skicka med det påskrivna pappret senast till intervjutillfället, alternativt till XXXX vid ett tidigare tillfälle.

Sarah: 0707774084

Henrik: 0732083456

Elevens Namn:.....

Målsmans underskrift:.....

Datum:.....

Med vänliga hälsningar

Sarah & Henrik

Bilaga 3 – Bilder

På grund av upphovsrättsliga skäl är de använda bilderna på nedan nämnda personer borttagna.

Bild 1 – Hannah Montana

Bild 2 – Zach Efron

Bild 3 – Marta da Silva

Bild 4 – Zlatan Ibrahimovic

Bild 5 – Fredrik Wikingsson och Filip Hammar

Bild 6 – Gossip Girl

Bild 7 – Mia Skäringer och Klara Zimmergren

Bild 8 – Ugly Betty