



Sex i media

MATERIAL FÖR MEDIEFOSTRAN FÖR UNGA



Innehåll

Introduktion	3
Våra medialiserade liv	4
Den sexualiserade mediekulturen	4
Den medieläskunniga ser under ytan	5
Sex i media -lektionsmodell	7
Inledande uppgift: En bild, många tolkningar	8
Video och diskussionsmaterial	9
Uppgifter för fortsatt behandling av ämnet	16
Sex i media -materialet som en del av läroplanen	19
I modersmål och litteratur	19
I andra läroämnena	20
Bakgrundslitteratur	20

Nationella audiovisuella institutet (KAVI) är ett ämbetsverk som lyder under undervisnings- och kulturministeriet. Till ämbetsverkets uppgifter hör bl.a. mediefostran samt främjandet av barnens mediekunskaper och en säker mediemiljö.

Guidens författare: projektforskare Lauri Palsa och special rådgivare Saara Pääjärvi, KAVI

Materialet har kommenterats av Sanna Spisak (medieforskare, utbildare inom mediefostran). Tuija Rinkinen, Anne Pelander och Miila Halonen (Väestöliitto) kommenterade materialets manuskript.

Introduktion

Medias roll i samhället har kontinuerligt vuxit och medierna har blivit en naturlig del av vardagen. Vid sidan av de olika medieformerna har också medieinnehållens betydelse ökat och en ny visuell kulturmiljö uppstått. Det är viktigt att fästa uppmärksamhet vid den omgivande kulturen: hurudan är den och vilka är dess element? Media medför många möjligheter och kan användas som stöd för fostran. Mediefostran är trots allt fostran i mediekultur.

Materialets målsättningar:

- främja medieläskunnigheten och förmågan att uppfatta mediekultur
- stödja delaktighet i mediekulturen
- stödja utvecklandet av kritiskt tänkande

Sexuellt innehåll i olika medier är i dagens kultur allt mer öppet och tillgängligt. Innehållet intresserar unga samtidigt som det väcker frågor. Syftet med detta material är att stöda medieläskunnigheten genom att bidra med verktyg för analytisk granskning av sexuellt innehåll. Utgångspunkten är att medlemmarna i mediasamhället är aktiva

analytiker av medieinnehåll, inte enbart passiva mottagare. En som är medieläskunnig kan förhålla sig mer kritisk till det media presenterar och själva verka inom mediekulturen.

Materialet Sex i media är riktat till proffs som arbetar med ungdomar, årskurs 8 och äldre. Materialet är utvecklat speciellt med tanke på undervisningsinnehållet i ämnet modersmål och litteratur, men kan också användas i annan undervisning eller inom ungdomsarbetet.

Materialet består av facktexter, förslag på diskussionsämnen och uppgifter, och behandlar tre olika ämnesområden som stöder varandra: sexuellt innehåll i kommersiell media, framställning av genus, samt porr som sexualupplysning. Materialet är ämnat att användas tillsammans med [videon Sex i media](#).

Hur hänger materialet samman med de olika skolämnenas målsättningar i grundundervisningen och på andra stadiet? Läs mer på sidan 19.

Sex och sexuellt innehåll är känsliga ämnen för många, såväl för unga som vuxna, och tolkningar av medieinnehåll är mycket individuella. Det är viktigt att en vuxen ger utrymme för och visar respekt för den ungas egna reflektioner. Därför baserar sig åsikterna som framförs i videon Sex i media helt och hållet på ungdomars texter om vilka tankar ämnet väcker.

En lärare känner sina elever bäst och kan tillämpa materialets innehåll så att det uppfyller gruppens behov. Beroende på lärarens bedömning kan man t.ex. behandla ämnena i klassen, i mindre grupper eller individuellt.

Våra medialiserade liv

Medias växande roll inom en kultur kallas för *medialisering* av samhället. Exempelvis används media allt mer mångsidigt. Med hjälp av olika medier kan vi t.ex. söka information, njuta av kultur, vara i kontakt med andra människor och få våra egna röster hörda. Vid sidan av dessa målinriktade funktioner exponerar mediekultur oss för olika bilder och ljud, vare sig vi vill det eller inte. Längs med gatorna syns detta i form av reklamer, medan det i väntrummet spelas radio i bakgrunden. Också olika samhällseliga institutioner, som skolan eller myndigheter, verkar i allt större grad på liknande sätt som media eller rent av på dess villkor.

Också på individnivå har livet medialiserats. Hur vi upplever världen och vår kunskap styrs allt mer av media. Media är en del av vår sociala värld, vid sidan av familjen, skolan, vänner, och den övriga omgivningen. Media påverkar också hur kunskapsmässigt och emotionellt vårt förhållande till den omgivande världen och andra människor blir. Medieinnehåll får oss t.ex. att reflektera över våra egna tankar, sätt och vårt utseende.

Även om media inte direkt dikterar eller bestämmer människans identitet eller värderingar är det viktigt att vara medveten om dess inverkan. Därför är det relevant att fästa uppmärksamhet vid mediekulturens olika innehåll. *Hurudan är en medialiserad kultur?*

DEN SEXUALISERADE MEDIKULTUREN

Tusentals år gamla erotiska väggmålningar och textsamlingar är tecken på att sex alltid varit en del av kulturella innehåll och kommunikationen människor emellan. Dock har man speciellt under de senaste decennierna talat mycket om hur media blivit så sexualiserad. Med detta menas ofta att även sådant medieinnehåll som inte egentligen har någonting med sex att göra blivit mättat med intensiv sexualitet.

”Nuförtiden bjuds det ut sex precis överallt, men jag har lärt mig filtrera bort en del och jag tror inte på allt som sägs i media.”



Som exempel på sexualisering kan nämnas tillvägagångssätt som lånats från pornografin, alltså porren, som idag används inom populärkultur för att fotografera och framställa människor. Olika porrimiterande ställningar, miner, konstellationer och kläder kan man t.ex. stöta på i bilreklamer, musikvideor, filmer eller självtagna bilder, selfies.

”Sexualitet, och allt som har med det att göra. Det mesta är bara helt onödiga nyheter. Barnen får helt fel uppfattning om alltihop.”

Det barnskyddsliga perspektivet har varit starkt framme i sexualiseringsdebatten, men å andra sidan har sexualiseringen medfört att det blivit naturligare och lättare att tala om ämnen som sex och sexualitet. Samtidigt har det vid sidan av den heteronormativa sexualiteten getts utrymme och synlighet åt andra sexuella läggningar, och en mångsidigare bild av sexualitet än tidigare.

Olika kataloger med sexuell laddning har blivit så vardagliga att det är svårt att inte stöta på sådana. Därför är det relevant att reflektera över de mediekulturella innehållen som en del av det egna livet och vardagen. Är kommunikationens sexualisering någonting man lägger märke till i sin egen miljö, och på vilket sätt? Hurudana tankar väcker det?

DEN MEDIELÄSKUNNIGA SER UNDER YTAN

Mediekultur är inte en värld för sig, utan en del av vår vardag och livsmiljö. Mångsidigt medieinnehåll bidrar med ett rikt och varierande språk, samt ett brett utbud texter. Detta språk och denna värld av texter tolkas medvetet eller omedvetet av konsumenten och medborgaren. En utvecklad medieläskunnigheten ger individen bättre förutsättningar att fungera i dagens mediasamhälle.

Något enkelt recept för att förstå och behärska all slags media finns inte. Mediefenomen är ofta kopplade till samhällets andra strukturer och fenomen på många olika sätt. T.ex. finns det så många olika element och synsätt som är kopplade till sex, kön och sexualitet i media att en uppfostrare inte kan inneha färdiga svar på alla frågor. Därför är det viktigt att diskutera media i en öppen och accepterande anda tillsammans med ungdomar, att lyssna på deras åsikter och att fundera på mediekulturens uppfostrande dimensioner. På så sätt utvecklas de analytiska färdigheterna i att läsa och lyssna.



”Att vara kritisk betyder inte att man är negativ av sig, utan att man har en ifrågasättande och nyfiken inställning till världen. Kritiskhet innebär ett visst perspektiv, att man inte tar information för givet --”. (Juha Herkman 2007).

Den kritiska mediefostran betonar sådana sätt att närma sig ämnet som strävar efter att observera, analysera och särskilja medias olika strukturer och innehåll. Det väsentliga är att inse hur människan påverkar medieinnehåll. Innehållen

uppstår inte av sig själva eller genom ett anonymt ”maskineri”. Bilder, filmer och webbsidor är skapade av människor och är resultat av fattade val och beslut. Medieinnehåll skapas i en viss samhällelig och historisk kontext, och varje konsument tolkar innehållet utgående från de individuella eller samhälleliga erfarenheterna.

Mediekulturens sexualisering kan noggrannare granskas med hjälp av enskilda föreställningar, så kallade *representationer*. Med *representation* avses en återgivning av en tidigare sak eller händelse. Media återger beskrivningar av verkligheten, inte verkligheten. T.ex. är en sexscen i en TV-serie en mer eller mindre öppen skildring av hur två personer skulle kunna ha samlag. Då en medieförevisning tolkas kan associationerna vara olika. Samma sexscen kan uppfattas som tråkig av en tittare, medan en annan tycker den är underbar. Huruvida man tittar på en scen tillsammans med sin partner eller sin mormor har också en inverkan. I representationer är betydelserna för de föreställda fenomenen alltid förknippade med omvärlden och sociala förhållanden.

T.ex. sättet hur ett land framställs i media påverkar dess popularitet som resmål. Samtidigt påverkar människors reseupplevelser vilken typ av medieinnehåll om landet det lönar sig att producera: ju fler som har egna upplevelser av landet desto svårare blir det att få acceptans för program med mycket ytlig beskrivning av ämnet.

Representationer är mediekulturens byggklossar och hör ihop med samhället och den omgivande världen. En representation kan till sin natur vara *deskriptiv*, *representativ* eller *produktiv*.

Då någonting framställs utgör representationen samtidigt en del av en större helhet eller kategori. T.ex. då en person framställs kan representationen samtidigt beskriva personens kön eller etniska bakgrund.

Representationens produktivitet hänger å andra sidan samman med hur mediebeskrivningarna sammankopplas med vår verklighet. Det är nämligen så att representationer samtidigt speglar den rådande kulturella verkligheten samt deltar i att utveckla verkligheten. T.ex. kan filmmakare välja en stereotyp/klassiskt vacker kvinna som huvudrollsinnehavare för att stämma överens med den stora publikens skönhetsideal. Samtidigt innebär detta att man förstärker och utvecklar den samhälleliga ”sanning” om hur en vacker kvinna ser ut.

Representationer påverkar vårt sätt att gestalta vår omgivning, medan man dock är tvungen att använda sig av simplifierade representationer för att göra saker lätt- och snabbförståeliga. Samtidigt utvecklar de referensramar för att uppfatta världen. Framför allt mycket stereotypa framställningar lämnar en stor del av världens mångfald utanför iakttagandet.

De betydelser som hänger ihop med representationerna är inte slutgiltiga, utan produceras och tolkas interaktivt. Sätten på vilka saker beskrivs och tolkas påverkar hur man i allmänhet förhåller sig till tingen i vardagen. Samtidigt påverkar också mediekonsumenternas förhållningssätt hur framtida medieframställningar produceras och tolkas. Detta gör att människor själva kan vara aktiva, driva förändringar och driva kulturellt motstånd mot media.

Ur ett mediefostrande perspektiv är utgångspunkten att media varken är bra eller dåligt, nyttigt eller skadligt. Varje enskild medieframställning ger upphov till sina egna tolkningar och upplevelser. Dessa kan sedan utnyttjas i undervisningen på olika sätt.

Sex i media -lektionsmodell

Syftet med lektionsmodellen är att behandla ämnet med hjälp av videon och diskussion. Både detta lektionsmaterial och själva videon Sex i media är indelade i tre olika helheter. Dessa är: sexuellt medieinnehåll och kommersialism, framställningar av genus i media, och porr som sexualupplysning. Beroende på gruppen och läraren kan ämnet behandlas tillsammans i klassrummet, eller också så delas eleverna in i mindre diskussionsgrupper.

Videon innehåller ungdomars tankar om vilken roll sexuellt medieinnehåll har i det egna livet. De åsikter som presenteras i videon är delvis sinsemellan motstridiga. Detta fungerar som stöd för diskussionen. Det är viktigt att betona att de saker som diskuteras eller de frågor som ställs inte har några rätta svar, och att alla har rätt till sin egen åsikt.

INLEDANDE UPPGIFT: EN BILD, MÅNGA TOLKNINGAR

Samma medieinnehåll kan ha olika betydelse för olika personer. Syftet med denna uppgift är att leva sig in i en annan roll och därigenom inse att medieinnehåll kan tolkas på många olika sätt.

Inför lektionen: Välj ut bilder från internet, dagstidningar eller tidskrifter som för tankarna till sexualitet eller kön. Det kan exempelvis vara reklamer, skivomslag, film- eller spelaffischer, eller andra bilder från populärkulturen.

Inled lektionen med att dela in klassen i lämpliga diskussionsgrupper eller -par. Börja med att förklara att målet är att reflektera över olika tolkningar av media, speciellt då det gäller sexualitet, genus och sex.

Hitta på och namnge lika många karaktärer som det finns medlemmar i gruppen. Karaktärerna kan t.ex. vara Tytti, 16-årig gymnasieelev från Helsingfors, Jani, 35-årig redaktör från Jyväskylä, och Ella, 71-årig pensionär från Pihtipudas. Ge karaktärerna så stereotypa egenskaper, värderingar och attityder som möjligt.

Dela ut de på förhand utvalda bilderna och be eleverna leva sig in i de olika karaktärernas situation. Inom grupperna funderar man på hur de olika karaktärerna skulle tolka bilden. Vilken åsikt har karaktärerna om bilderna och varför?

Gå igenom svaren så att varje grupp i tur och ordning berättar om sina karaktärers tolkningar och åsikter. Diskutera och motivera varför karaktärerna skulle tycka just så. Fanns det inom gruppen avvikande åsikter om karaktärernas tankar? Prova sedan på att ändra karaktär utan att ändra på tolkningarna, om t.ex. Janis värden och attityder skulle vara likadana som Ellas, eller tvärtom?

Diskutera också om det är möjligt att känna till en persons tolkningar enbart på basen av personens yttre egenskaper eller kunskapsnivå. Har ni någon gång lagt märke till att ni förhastat totalt felbedömt någon annans åsikter? Kan man alls påverka hur man själv tolkar bilder i media? Om ja, på vilket sätt kunde man påverka det?

VIDEO OCH DISKUSSIONSMATERIAL

Lektionens diskussionsdel är indelad i tre olika helheter, precis som i materialets videoklipp. Läraren kan antingen visa hela videon på en gång eller i tre kortare delar. Om ni tittar på en snutt i gången diskuterar ni mellan de olika delarna.

Sex säljer

Kännedom om mediebranschen gör det lättare att förstå de bakomliggande orsakerna till medias sexualisering. Speciellt inom kommersiell media använder man sig av sex och sexualitet i stor utsträckning. Sexualiseringen är en del av en större förändring: *kommersialiseringen* av media.

I Finland har de kommersiella aktörernas andel inom mediebranschen vuxit rejält sedan 1990-talet. Därav har också tillvägagångssätten och motiven delvis förändrats. Kommersiell media har som huvudsakligt syfte att göra ekonomisk vinst. Då samhället i övrigt medialiserats har också andra branscher börjat utnyttja media i kommersiellt syfte, speciellt vad gäller marknadsföring.

Inom reklam förekommer en hel del innehåll och element som kan tolkas som sexuella. Broschyrer med sexuell ton kan användas vid marknadsföring av t.ex. kläder, kosmetik, samt andra medieprodukter eller -innehåll. Reklamerna ger ofta en bild av att man automatiskt ökar sin sexuella dragningskraft om man använder produkten som marknadsförs.

Reklam är inte enbart en bra eller en dålig sak. Reklam är förmedling av information om sådana produkter eller tjänster som erbjuds, och all marknadsföring är inte per automatik kommersiell. Ur ett mediefostrande perspektiv är det inte ändamålsenligt att drastiskt försöka begränsa reklamernas synlighet. Marknadsföring är en del av yttrandefriheten.

Det som är viktigt är att beakta marknadsföringens olika målsättningar och metoder, att analysera sitt eget förhållningssätt till marknadsföringens representationer, samt att fundera på deras inverkan på mediekulturen.

Finns det synliga skillnader mellan kommersiell och icke-kommersiell marknadsföring vad gäller sexuellt innehåll?

Visas sexualiteten hos människor av alla slag och åldrar i media?

Reklamernas dragningskraft är delvis beroende av deras behaglighet. Vi kan tycka om att se på vissa reklamer eller dra nytta av informationen. Men lägger vi märke till hur reklamer tilltalar oss och påverkar våra attityder eller vårt beteende? Även om marknadsföringen strävar efter så stor effekt som möjligt kan en medveten konsument delvis välja hur hen tar emot budskapet.

”Jag har märkt att man inte mera ser lika mycket feta människor i populära TV-serier och filmer. Det har påverkat mig på det sättet att jag själv börjat träna och jogga och så, vilket ju egentligen bara är positivt.”

”Visst är det så att det bara är vackra människor som säljer.”

Förslag på diskussionsämnen:

- Hurudant sexuellt innehåll har du stött på via marknadsföring?
- Varför använder man sig av sexuellt innehåll?
- Finns det produkter eller produktkategorier som i ovanligt hög grad marknadsförs med hjälp av sexuella innehåll?
- För hurdana reklamer tycker du att sexuellt innehåll lämpar sig? Har du stött på reklamer där du tycker att det sexuella känts väldigt påklistrat?

Man och kvinna i media

Media är en av de mest centrala uppfostrarna idag. Media beskriver också hur kön kan uppfattas, utvecklas och tolkas. I västvärlden har man traditionellt delat in människor enligt två mycket olika kön: män och kvinnor. I verkligheten finns det väldigt få som helt och hållet passar in i den stereotypa bilden av den feminina kvinnan eller den maskulina mannen. Kön och hur det upplevs utvecklas inte bara biologiskt utan också socialt.

Medieskildringar av könen är inte enhetliga utan kan koppla samman könen med många olika egenskaper. Därför kan frågan om hurdana kvinno- och mansbilder media målar upp ha lika många rätta svar som svarare. Det är viktigt att tillsammans med ungdomar fästa uppmärksamhet vid hur de olika könen framställs i media, i vilken mån beskrivningarna överensstämmer med den egna uppfattningen om könen, och hur många olika tolkningar det kan förekomma inom en grupp.



”Medierna ger bilden av att en kvinna måste vara smal och sminkad för att vara vacker. Mannen skall i sin tur vara muskulös och axelbred, men det är ju ändå i viss mån sant.”

Även om könets framställningssätt blivit något mångsidigare på sistone har man på en allmän nivå konstaterat att vissa framställningssätt fortfarande dominerar inom media. På TV och i olika spel presenteras t.ex. kvinnor fortfarande i förhållande till män: oftast som en biperson istället för huvudperson, eller i första hand som t.ex. den manliga personens mamma eller flickvän. Könsmminoriteter eller sexuella minoriteter framställs däremot mycket ofta genom sina minoritetsställningar, alltså att man t.ex. behandlar tematik kring homosexualitet om karaktären är homosexuell.

Då man reflekterar över könets och sexualitetens roll i media kan man granska vilken typ av egenskaper som är sammankopplade med genusframställning och vilka som inte är det. För männens del hör egenskaper som mod, rationalitet, styrka och aggressivitet till den stereotypa idealbilden i representationerna. För kvinnornas del tenderar man att understryka egenskaper som omtänksamhet, känslsamhet eller olika former av utseendefixering. Också i medieinnehåll riktat till små barn kan man lägga märke till dessa element: pojkhjältar kämpar för att rädda världen medan flickhjältar fokuserar på människorelationer i en hemmiljö. De idealbilder media bygger upp kan hänga samman med tryck orsakat av t.ex. utseendefixering och förväntningar att bli vuxen.

”I dagens värld har man en helt förvrängd bild av vad som är vackert, eftersom alla bilder i medierna är bearbetade.”

Det är viktigt att behandla medias genusframställningar och påminna om att det är fråga om representationer. Då kan man inse att den bild media ger kan vara ensidig eller baserad på stereotyper. Det kan hända att många sätt att leva ut det kön man upplever sig tillhöra helt uteblir i media. Å andra sidan skall en genusframställning inte tolkas som en enda idealbild. Också egenskaper som ålder, sexuell orientering eller samhällsställning påverkar hur olika representanter av könen framställs.

Hurudan är då en mer korrekt framställning av genus eller sexualitet? Också den kritik som riktas mot de bilder som målas upp i media har kritiserats för att vara normativ. T.ex. är det vanligt att kvinnliga karaktärer i spel kritiserats för att vara kvinnoförnedrande, enbart på grund av ett erotiskt utseende. Vid närmare analys kan karaktären visa sig vara en mycket stark och självständig kvinna, en pragmatisk ”superhjälte”.

Representationer kan aldrig beskriva en viss kategori perfekt och på ett sätt så att alla könsliga skiljaktigheter och tillvägagångssätt beaktas. Bildernas sanningsenlighet kan med andra ord betraktas som en tolkningsfråga. Även om medieinnehållens hjältar ofta är starka manliga karaktärer leder inte dessa karaktärer till att alla män ser sig som privilegierade. De kan däremot känna att de tvingas in i en snäv könsroll.

Ur ett mediefostrande perspektiv är det viktigt att bli medveten om hur ofullständig bilden som målas upp i media är, samt att känna till genusframställningens olika metoder. Hur bilderna blivit utvalda, vilken situation de beskriver och vilka deras syften är hör till de viktiga frågorna.



Man bör också tänka på sina egna medieval: det produceras så mycket medieinnehåll att det finns framställningar av genus och sexualitet i allas smak. Vad säger det om de egna medievanorna om rollerna i det erbjudna medieinnehållet känns enformiga? Hur kunde man gå tillväga för att bredda erfarenheterna? Idealbildernas variation kan konkretiseras t.ex. genom att analysera medieinnehåll producerat av olika kulturella grupper: finns det exempelvis skillnader mellan hur de kvinnliga eller manliga karaktärerna framställs i ett punkbands eller en rapartists musikvideo? Hurudan är variationen inom en och samma subkultur?

Ideal har en central betydelse för ungdomar och missnöjet med den egna kroppen kan öka då det egna utseendet inte överensstämmer med de skönhetsideal som målas upp i media. Därför är det viktigt att påminna om att media inte alltid eftersträvar sanningsenlighet.

”Alla kvinnor i medierna är smala, och vackra, och har stora bröst. Det har gjort att jag har fått kämpa med alla världens ätstörningar och depressioner på grund av min egen kropp.”



Karaktärer inom marknadsföring kan exempelvis medvetet representera någonting ouppnåeligt för att konsumentens missnöje och vilja att göra sig själv ”bättre” genom att köpa vissa produkter bevaras. Detta ouppnåeliga ideal upprätthålls med hjälp av exempelvis bildbehandling.

Media har starkt kritiserats för att vara så utseendefixerat. Vid sidan av den allmänna debatten har också forskare under årtionden fäst uppmärksamhet vid bl.a. kvinnobilden inom mediekultur. Aktörerna inom media har fått motstå kritik för bl.a. sexism samt nedsättande och nedvärderande framställningssätt. Exempelvis är det vanligare för kvinnliga än för manliga idrottare att media fäster uppmärksamhet vid deras utseende istället för att fokusera på idrottsprestationen. Därför har man krävt mer mångsidig och realistisk genusframställning. Till en följd av detta har sedan många företag förbundit sig vid att göra karaktärerna som används i marknadsföringen mer mångsidiga.

De skönhetsideal media upprätthåller och det enorma utbudet av sexualiserade reklambroschyrer kan uppmuntra ungdomar till att nästan enbart publicera sexualiserade självporträtt på nätet, så att de blir föremål



för andras sexuella uppmärksamhet. Enligt en svensk utredning återger självporträtten (selfies) flickor och pojkar publicerar mycket tydligt den stereotypa bilden av att flickor i första hand är söta och att pojkar är ”machon”.

Å andra sidan bör man komma ihåg att människor alltid velat framstå som attraktiva. I och med sociala medier har dock situationen såtillvida förändrats att den sexuellt präglande kommunikationen ungdomar emellan nu sker via nätet, där också uppfostrarna kan se den. Detta kan förbrylla de vuxna. Genom att publicera och få positiv respons på självporträtt kan den unga personens identitet och självbild förstärkas. Tala öppet med ungdomarna om de tolkningar bilderna kan ge upphov till, och om vilken betydelse responsen har.

Förslag på diskussionsämnen:

- Hurudana egenskaper förknippas i media till män och kvinnor?
- Hur tycker du att sexuella minoriteter framställs i media, och vilka egenskaper förknippas till representanter av sexuella minoriteter? Framställs t.ex. homo- och heterosexuella män på samma eller på olika sätt?
- Hur skiljer sig beskrivningarna av unga män eller kvinnor från beskrivningarna av medelålders män eller kvinnor?
- Hurudant är det skönhetsideal media bidrar till? Hur framgår det? Vem tycker du att bestämmer vad som är vackert?
- I vilka medier har du lagt märke till beskrivningar av män och kvinnor som avviker från de mer allmänna köns- och skönhetsidealen?
- Förhåller man sig olika till bilder av flickor och pojkar på sociala medier? Vilka är skillnaderna? Hurudan respons på dina egna bilder skulle du vilja få, om du hade som vana att publicera bilder på nätet? Hurudan respons vill du inte få?

Praktisk uppgift:

Hurudana är de stereotypa bilderna av personer i din ålder på sociala medier? Vad tror du det beror på? Kunde flickor/pojkar fotografera sig själva på ett annat sätt? Prova i grupper på olika stereotypa poseringar (t.ex. framför en spegel) som så mycket som möjligt avviker sig från sättet du normalt skulle posera för en bild. Vilken bild av personen tycker ni de olika poseringarna ger?

Porr som sexualupplysning

Pornografi kan kortfattat definieras som material vars syfte är att framkalla sexuell upphetsning. Pornografi förekommer i såväl visuell som skriftligt form, och produceras av såväl proffs som amatörer. Porr har också oräkneliga olika typer av underarter, med sina egna berättarstilar och estetiska kutymmer. Det som en person upplever som den bästa formen av porr kan för en annan vara avtändande.

Det kan vara svårt att noggrant definiera porr, men med porr menas här sättet att framställa sexuella situationer och karaktärer. Porr kan också i vissa fall exempelvis definieras utifrån mängden och typen av nakenhet. I sådana fall anses porr oftast vara ett sätt att framställa sex som är väldigt ”rakt på sak” och prononcerat. Normalt definierar man alltså inte alla slags medieskildringar med sexuellt innehåll som porr.

I detta material klassas porr dels som en genre inom media och dels som ett bredare kulturellt fenomen. Porr har i viss mån egna typiska stilistiska drag samtidigt som porren å andra sidan är en del av en större kulturell helhet, sammankopplat med t.ex. sexualitet och kommersialism.

”Porr gör att många får fel bild av sex. Man tror att allt skall gå perfekt den första gången, ’för så gick det ju på dendär videon på nätet också’. I porrfilmer är kvinnorna fullt sminkade och klädda i sexiga underkläder, sexakten går helt till överdrift, och varje rörelse är planerad enligt minutschema.”

Dagens mediekultur och medieutbud anklagas ofta för att vara översexualiserade och erotiserade, att kultur och media rent av skulle vara ”porrifierade”. Å andra sidan är fenomenet på ett positivt sätt förknippat med den allmänna sexuella frigörelsen.



"Jag skulle säga att människor som är sexuellt aktiva nog inser skillnaden mellan sex och porr."

Porr får synlighet inom mediekultur i form av olika stilar, uppvisningar och berättelser. T.ex. har pornografisk "Fanfiction" blivit rätt så populärt på sociala medier. Fanfiction produceras i regel av mediekarakterens eller -uppvisningens fans (t.ex. Harry Potter, såpoperor), och är ofta erotiska följetonger som skrivs på olika forum på nätet.

I syfte att skydda barn förbjuder Lagen om bildprogram och Strafflagen i Finland utbudande och distribuering, alltså exempelvis förevisning och uthyrning, av porr till personer under 18 år. Trots detta är det många unga som ser porr antingen avsiktligt eller oavsiktligt. Ett problem är att vår lagstiftning inte gäller utländska webbtjänster. Därtill refereras det till pornografiska innehåll inom övrig populärkultur, som litteratur, musikvideor och marknadsföring.

Även om porr och referenser till porr i media är en synlig del av kulturen har alla ungdomar inte möjligheten att föra en konstruktiv diskussion om ämnet tillsammans med en vuxen. Genom att öppet tala om porr tillsammans med ungdomar kan man också spräcka eventuella myter eller missuppfattningar om porr. I skolan och inom ungdomsarbetet är det viktigt att diskutera saken så att de unga ges en möjlighet att behandla fenomenet tillsammans med en pålitlig vuxen. Märk väl att även vuxna kan ha felaktiga uppfattningar. Därför borde läraren ha en professionell attityd.



Hur människor förhåller sig till porr varierar en hel del. Hos vissa väcker porr mycket starka känslor för eller emot, medan det hos andra inte gör det. Det kan t.ex. anses att porr ökar trycken förknippade med sexuell prestation eller utseende. Porrindustrin har också en del avigsidor, t.ex. sexuellt utnyttjande, även om det är självklart att alla porrskådespelare

inte är offer för någonting. Någon annan kan tycka att porr kan fungera som inspirationskälla då det gäller sex. Därtill kan olika stilar av porr vidga bilden av sexualitet och ge utrymme för metoder att förverkliga sin sexualitet på ett sätt som avviker från den dominerande kulturen.

"Man får en bild av att sex är bara knull och inget mer. Var är känslorna och kärleken, och respekten för varandra?"

I detta material är syftet att fästa uppmärksamhet vid porrens representativa natur. Precis som med en hel del annat medieinnehåll är porr inte en sanningsenlig skildring och har inte som syfte att fungera som realistisk sexualupplysning. Det är viktigt att ta upp detta perspektiv i samband med diskussioner med ungdomar, eftersom det enligt undersökningar är speciellt vanligt för pojkar att se på porr i inlärningsyfte. Även om det i porr ingår en hel del äkta element är det speciellt i professionellt producerad porr vanligt att använda effektmedel från filmvärlden, t.ex. manus,

bildvinklar och redigering. De som uppträder kan vara väldigt sminkade och bilderna kan var digitalt behandlade. Inom porr är produktens främsta mål att upphetsa, medan skådespelarnas sanna känslor är en bisak. Å andra sidan har amatörporren tack vare internet vuxit explosionsartat, vilket innebär ett stort utbud av mer vardagliga sexuppvisningar.

Förslag på diskussionsämnen:

- Det finns ingen rätt definition av pornografi. Hur skulle du själv definiera porr?
- Har du stött på sådant sexuellt innehåll inom medier tillåtna för minderåriga som du skulle klassificera som porr?
- Varför framställer man sex i media?
- Till hurdana uppfattningar om sex bidrar media och porr?
- Sett ur en ung persons perspektiv, vad kan det finnas för fördelar och nackdelar med sexuella framställningar eller porr i media?

UPPGIFTER FÖR FORTSATT BEHANDLING AV ÄMNET

För fortsatt behandling av ämnet ingår det tre tilläggsuppgifter i materialet. Tilläggsuppgifterna kan göras i grupper, parvis eller som hemuppgift.

Skrivuppgift om sex i media

Förutom genom diskussion kan ämnet också behandlas med hjälp av en skrivuppgift. Materialets ämnesområden är indelade i tre helheter, en för varje helhet i videon. Skrivuppgiften kan göras helt självständigt, eller alternativt så att man bedömer de åsikter som framförs av ungdomarna i videon och jämför med sina egna åsikter. Texten kan vara en reflekterande essä, ett blogginlägg eller en debattartikel.

Textens ämnesalternativ:

Sex säljer

Sex och sexuellt innehåll används inom marknadsföring. Fundera på orsakerna bakom fenomenet. Varför använder man sig av sexuellt innehåll?

Man och kvinna i media

Hur framställs könen inom olika medier? Välj ett specifikt medium och beskriv med hjälp av exempel hur könen framställs. Vilken betydelse har genusframställningarna i media i ditt liv eller i människors liv i största allmänhet?

Porr som sexualupplysning

Påverkar de pornografiska sätten att framställa sex i media människors uppfattning om sex? Hurdana positiva eller negativa effekter tycker du att detaljerade och explicita framställningar av sex i media kan ha med tanke på en ung persons liv?



Medieanalys i grupp

Kritisk analys av media är en central metod för att utveckla mediäläskungheten. Genom att analysera enskilda medietexter kan man konkretisera mera allmänna ämnen. Medieanalysen är tänkt som en gruppövning. Gruppmedlemmarna analyserar medietexter utifrån en viss synvinkel. Synvinkeln kan ha att göra med medias framställning av sex, sexualitet eller genus.

Grupperna får som uppgift att analysera medietexten som hänger ihop med ämnet. Det kan också röra sig om en bild, en musikvideo eller ett spel. I medieanalysen kan man använda sig av nedanstående frågor om de lämpar sig för den medietexten man valt. Iakttagelserna sammanfattas på ett av gruppen valt sätt och presenteras för de andra grupperna.

- Vad är det för typ av medietext? En kort presentation.
- I vilka roller framställs personerna? Vilka är deras förhållanden till varandra? Hur framgår dessa förhållanden?
- Hurudan är textens genusframställning? Är genusframställningarna t.ex. stereotypa, oväntade, intressanta eller realistiska?
- Vilket är medietextens främsta budskap om sexualitet eller kön? Vad tror du texten försöker säga?
- Hur kunde man föra fram budskapet? Tycker ni att budskapet är lätt att tolka, eller förekommer det motstridiga tolkningar inom gruppen?
- Hurudana tankar om sexualitet och genusfrågor väcker medietexten? Är det lätt att identifiera sig med karaktärerna?
- Hurudana värden eller attityder är förknippade med texten? Hur märker man det?



Analys av mediekultur i grupp

I analysen av mediekultur fås uppmärksamhet vid hur enskilda representationer hänger ihop med större samhälleliga helheter. Syftet med uppgiften är att utveckla förmågan att identifiera och analysera mediekulturens delområden.

Föreställningar i media hänvisar till tidigare medieframställningar. De kopplas ihop t.ex. med hjälp av ämnen, framställningssätt och olika referenser. Man kan ta avstånd från tidigare framställningssätt t.ex. med hjälp av parodi, eller så kan man försöka imitera dem. Helheterna är dock inte tydliga och organiserade, utan kan vara överlappade, ihopblandade eller rent av sinsemellan motstridiga.

Till analys av mediekultur hör flertydighet. Sist och slutligen formas helheterna då medieinnehållets mottagare gjort sin egen tolkning. Syftet med analysen är att lyfta fram framställningssättens särdrag och mångsidighet. På så sätt kan man lägga märke till att medietexternas helheter inte är bestående, utan är under kontinuerlig förändring och kan tolkas på olika sätt.

Elevernas uppgift är att välja ut ett specifikt fenomen eller en sak som man kan se att det formats en viss representativ helhet kring. De kan ha att göra med framställningar av genus eller sexualitet, skönhetsideal, eller olika normer och rollförväntningar.

Eleverna letar fram många bilder som hänger ihop med en specifik helhet. Bilderna får gärna vara från olika medier och epoker för att göra det mer meningsfullt att leta efter kopplingar, likheter och motstridigheter mellan bilderna.

Meningen är att presentera de förhållanden mellan representationerna man hittat för de andra grupperna, så att de andra förstår helhetens innehåll.

- På vilket sätt hänger de valda framställningarna ihop med den helhet av representationer gruppen definierade dem som tillhörande till (t.ex. en sexig man, en vacker brud)?
- Försöker framställningarna bevara den existerande bilden av ämnet, eller bidrar de med någonting nytt?
- Vilket budskap om ämnet förmedlar framställningarnas helhet?
- Motsvarar denna helhet den bild av ämnet eleverna själva hade före de inledde uppgiften?

Sex i media -materialet som en del av läroplanen

I MODERSMÅL OCH LITTERATUR

Materialet stöder elevens förutsättningar för att mångsidigt kunna kommunicera, läsa och skriva, i enlighet med **grundundervisningens läroplan**. Med hjälp av dessa verktyg kan eleven förstärka sin egen identitet och självkänsla.

Materialet erbjuder möjligheten att fundera på medias roll och dess sätt att skapa föreställningar och att ändra på människors uppfattningar och val. Vid sidan av de bedömande färdigheterna som behövs för att tolka media, utvecklas också färdigheter för ett ansvarsfullt och aktivt deltagande samt elevens medvetenhet om sig själv och sina målsättningar som språkbrukare. På så sätt förbättras förutsättningarna att delta i mediekultur.

Enligt grundundervisningens läroplan borde undervisningen i ämnet modersmål och litteratur basera sig på elevernas språkliga och kulturella färdigheter och erfarenheter. Materialets utgångspunkt är därför ungdomarnas egna tankar om, erfarenheter av och tolkningar av media.

I enlighet med **läroplanen för gymnasierna** kan materialet utnyttjas inom ämnet modersmål och litteratur genom att förutsättningarna för ett aktivt medborgarskap och kommunikationsförmågorna utvecklas.

I läroämnet stöder man studeranden inom områden som informations-sökning, källkritik och informationstolkning. I enlighet med grunderna i läroplanen är en fördjupad förmåga att behandla texter förknippad med förmågan att sortera, tolka, bedöma, utnyttja och producera olika texter, så att målen är medvetna och kontexten är bekant. Samtidigt är det viktigt att studeranden lär sig njuta av kultur och uppskatta dess mångsidighet.

Materialet lämpar sig speciellt för kursen Textens makt (MO 6), där man fäster uppmärksamhet vid medietexter och effektiv argumentation.

I ANDRA LÄROÄMNINGEN

Materialet Sex i media kan också tillämpas och användas som en del av undervisningen i andra läroämnen. Detta på grund av de temaområden som överskrider gränserna för de individuella läroämnena, såväl i grundutbildningen som gymnasieutbildningen.

För grundutbildningens del passar materialet speciellt bra ihop med temaområdet Kommunikation och mediekunskap, t.ex. genom att utveckla elevens färdigheter att tolka medietexternas innehåll och syften samt att förbättra förståelsen för de förändringar som äger rum i mediemiljön.

För gymnasiernas del passar materialet speciellt bra ihop med temaområdet Informations- och mediekunskap, då målet är att fördjupa studentens insikt om mediernas centrala roll och betydelse i vår kultur. Materialet stöder studentens mediekritik och kan på så sätt främja studentens aktiva förhållande till media. Med hjälp av materialet kan man kritiskt granska förhållandet mellan den bild media målar upp och verkligheten.

Av de olika läroämnena kan materialet utnyttjas t.ex. i samhällslära då man behandlar förhållandet mellan media och samhället. I psykologi eller hälsokunskap kan materialet utnyttjas t.ex. då man behandlar hur media påverkar individen och kollektivet, i bildkonst speciellt då man behandlar visuell kommunikation och påverkande av opinionen med hjälp av bilder.

Bakgrundslitteratur

- Attwood, F., Bale, C. & Barker, M. (2013) The sexualization report. <http://senseaboutsex.files.wordpress.com/2012/08/theseexualizationreport.pdf>
- Andreasson, J. & Johansson, T. (2013) Female Fitness in the Blogosphere: Gender, Health, and the Body. *SAGE Open* 3 (3), 1-10.
- Forsman, M. (2014) Duckface/Stoneface. Sociala medier, onlinespel och bildkommunikation bland killar och tjejer i årskurs 4 och 7. Statens Medieråd. http://www.statensmedierad.se/upload/_pdf/Duckface_rapport.pdf
- Gainer, J. (2010) Critical Media Literacy in Middle School: Exploring the Politics of Representation. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 53 (5), 364-373.
- Herkman, J. (2007) *Kriittinen mediakasvatus*. Tampere: Vastapaino.
- Karkulehto, S. (2011) *Seksin mediamarkkinat*. Helsinki: Gaudeamus.
- Knuutila, T. & Lehtinen, A (toim.) (2010) *Representaatio*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kontula, O. (toim.) (2012) Mit ä pojat todella haluavat tietää seksistä? Väestöntutkimuslaitoksen julkaisusarja D 55/2012. Helsinki: Väestöliitto.
- Martinez, E., Nicolas, M. & Salas, A. (2013) Gender Representation in Advertising of Toys in the Christmas Period (2009-12). *Communicar* 41 (2), 187-194.
- Mattebo, M., Larsson, M., Tyden, T., Olsson, T. & Häggström-Nordin, E. (2012) Hercules and Barbie? Reflections on the influence of pornography and its spread in the media and society in groups of adolescents in Sweden. *The European Journal of Contraception and Reproductive Health Care* (2), 17, 40-49.
- Nikunen, K., Paasonen, S. & Saarenmaa, L. (toim.) (2005). *Jokapäiväinen pornomme – media, seksuaalisuus ja populaarikulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Paasonen, S. (2009) Healthy Sex and Pop Porn: Pornography, Feminism and the Finnish Context. *Sexualities* 12 (5), 586-604.
- Paasonen, S. (2010) Labors of love: netporn, Web 2.0 and the meanings of amateurism. *New Media Society* 12 (8), 1297-1312.
- Saresma, T., Rossi L-M. & Juvonen T. (toim.) (2010) *Käsikirja sukupuoleen*. Tampere: Vastapaino.
- Sørensen, A. & Knudsen, S. (2007) *Nuoret, sukupuoli ja pornografia Pohjolassa*. Norden: Kööpenhamina.