

Inn i og ut av superstjernerstatus: Identitetsprosesser hos unge ved kortvarig medieeksponering

Tilværelsen som Idol-finalist er et glitrende eventyr, så lenge det varer. Men nesten alle deltakere våkner opp en dag til erkjennelsen av at det var en kortvarig og urealistisk drøm. Ikke alle er like godt rustet til å håndtere dette.

TEKST

Anne Marthe Kaldestad Hanstveit

Ellen Sofie Rya Hovland

Fanny Duckert

PUBLISERT 5. september 2012

ABSTRACT:

Into and out of Super-Star status: Identity processes among youngsters exposed to short-term media exposure

We conducted a qualitative study of six finalists in the reality show: «Idol – the search for a Super-Star» on the national TV in Norway. The aim of the study was to explore short-term and long-term psychological consequences of the participation. The participants, all between 16 and 20 years of age, were interviewed just after entering the final, just after being outvoted, and about a year after the end of the program. All reported that they experienced evaluation of their musical talent, personal attributes, and attractiveness. They became more self-conscious and sensitive to others' evaluations, and increased their critical self-evaluation. During the competition their self-esteem increased, and their social status and popularity became sky high. Being outvoted was for four of the participants a stressful life event, of these, two faced long-term negative effects. All four found the experiences of a loss of attention, status and belongingness particularly challenging. Vulnerability factors seemed to be insecure identity, a high degree of exploring activities, high self-exposure and experiencing the privileges of the new status as especially valuable. One year after the competition, five of the six participants still dreamed about becoming pop stars, yet only three were still musically active.

Keywords: idol, reality shows, media exposure, adolescence, identity

EMNER

idol

realityserier

medieeksponering

Ungdomstid

Identitet



Illustrasjon: Jill Moursund

«Det er bare sånn herre ekstasefølelse, du blir så utrolig glad. Og jeg blir helt sånn - nesten litt hyper når jeg får så gode tilbakemeldinger. Vet ikke hvor jeg skal gjøre av meg - liksom og hopper og spretter - det er helt fantastisk! Det på en måte kiler i hele kroppen, og du er...
Smilebåndet - du har så vondt i kjakan for at du smiler så masse,

og du vet egentlig ikke hvor du skal gjøre av deg.»

Sitat fra studiens første intervjurunde med Idol-deltaker, 16 år.

TV-programmet «Idol – jakten på en superstjerne» kom på norsk TV i 2003. Det er bygget opp rundt en sangkonkurranse for amatører, hvor unge håpefulle talenter konkurrerer om å bli Norges neste Idol. Hver sesong har mellom 3000 og 6000 unge mennesker i alderen 16–28 år meldt seg på konkurransen. Av disse får 40–50 deltakere kjempe om 9–12 finaleplasser på direktesendt fjernsyn. Idol har gått seks sesonger i Norge, og programserien har vært en underholdningssuksess med opptil 1,47 millioner seere.

I denne artikkelen presenterer vi resultater fra en eksplorerende kvalitativ studie av seks ungdommers erfaringer med å delta i Idol-finalen. Deltakerne var i alderen 16–20 år, og opplevde alle å bli stemt ut av finalen. Målet med studien var å kartlegge kortsiktige og langsiktige psykologiske konsekvenser av å erfare massiv medieoppmerksomhet over en begrenset periode, for deretter å returnere til en hverdag utenfor søkelyset. Vi ønsket å studere hvordan ungdommene opplevde deltakelsen og den medieoppmerksomhet som fulgte i kjølvannet. Vi ønsket å belyse fire grunnleggende spørsmål: Hva vurderte ungdommene selv som positivt og eventuelt belastende? I hvilken grad påvirket Idol-deltakelsen deres syn på seg selv? Hvilke langsiktige konsekvenser hadde dette? Var noen mer sårbare enn andre i en slik situasjon?

Idol kan karakteriseres som et «reality gameshow». Medievitenskapen har vist økende interesse for hvordan denne typen konsepter preger samfunnet. Jerslev (2004) har i boken «Vi ses på TV» beskrevet en mediekultur som i økende grad fokuserer på intime og private kvaliteter i møtet mellom TV og seer.

H ontvedt (2006) har påpekt at det er nettopp dette som karakteriserer Idol: Man treffer et bredt lag av befolkningen gjennom interaktiv deltakelse og appell til sentrale aspekter ved ungdomskulturen. Reality-serier bestreber seg på å iscenesette autentisitet og affekt. Intimitet blir slik både innhold, mål og henvendelsesform. Iscenesettelsen av «virkelighet» i slike programmer baserer seg på et regissert konkurranseforløp, der berømmelsen er innebygd som premie (Jerslev, 2004).

«Det å melde seg på Idol kan sees som eksplorerende atferd hvor deltakerne tester ut evner, talenter og yrkesmuligheter»

For Idol-finalister blir hverdagen totalforandret. De bor på hotell i Oslo i flere uker, omgitt av produksjonsmedarbeidere og konkurrenter. For noen er det første gang de bor

hjemmefra. Dagene blir nøye regissert av andre. Det er svært få pusterom og lite tid til å holde kontakt med familie og venner. For deltakerne kreves det omstilling og innsats døgnet rundt, noe som kan være vanskelig å forstå for venner og familie som bare ser korte, redigerte utsnitt av Idol-livet på TV. Et slikt omfattende kontekstskifte er i seg selv en utfordring for ungdommer.

Ungdomstiden karakteriseres av endring og utforsking av sosial tilhørighet. For å finne fram til en følelse av identitet må ungdommene utholde en periode med usikkerhet og rolleutprøving som innebærer økt sårbarhet. Marcia (Marcia, 1966; Marcia, Watermann, Matteson, Archer & Orlofsky, 1993) har identifisert identitetskrisen gjennom observerbar atferd. Sentralt er *eksplorering* som kjennetegnes av utforskende aktiviteter – en aktiv søking etter informasjon om seg selv. Emosjonell tone ledsager ofte eksplorering. Tidlig eksplorering er gjerne karakterisert av en åpen, ivrig og nysgjerrig tone, men kan også følges av angst og uro, på grunn av usikkerhet.

Det å melde seg på Idol kan i seg selv sees som eksplorerende atferd hvor deltakerne tester ut evner, talenter og yrkesmuligheter. Produksjonsapparatet og dommerne i programmet formidler stadig hvordan Idol er en «helhetskurransse», ikke bare en sangkurransse. Dette tatt i betraktning blir Idol en arena for eksplorering av flere identitetsrelevante områder. Deltakerne har et uvanlig stort publikum som står i posisjon til å dele sine meninger om «hvem de er». Samtidig blir de vurdert opp mot de andre deltakerne.

Sammenligning med dem man omgir seg med, når det gjelder utseende, sosial status og prestasjoner, er en viktig prosess i ungdomstiden og har store konsekvenser for selvfølelsen (Kvalem & Wichstrøm, 2007). Tilbakemeldingene er eksplisitte og omfattende, i form av konkrete vurderinger i media og fra fans. Samtidig innebærer Idol-deltakelsen et stort kontekstskifte for ungdommene, noe som igjen påvirker deres egen eksploreringsprosess (Kroger & Green, 1996). Et grunnleggende element i dette er behovet for tilpasningen mellom ekstern og intern informasjon om seg selv (Bosma & Kunnen, 2001).

Schaller (1997) har hevdet at berømmelse er en type situasjonell påvirkning som medfører utvikling av kronisk høy selvbevissthet, fordi berømte personer konstant blir observert og vurdert av andre. Slik blir de også objekter for egen oppmerksomhet. Elkind (1967) har beskrevet ungdommer som spesielt selvbevisste. Han har brukt *det forestilte publikummet* («imaginary audience») som en metafor for hvordan ungdommer ofte føler seg kontinuerlig betraktet og evaluert. Senere forskning på dette området har beveget seg mer i retning av funksjonelle forklaringsmodeller hvor det forestilte publikummet sees som en reaksjon på de endringene som følger ungdomstiden (Lapsley & Murphy, 1985; Lapsley, 1993; O'Connor & Nicolik, 1990). Siegel (2005) har hevdet at slike endringer oppleves som *avbrudd i forventninger*. Om det oppstår et avbrudd, vil man begynne å lete etter årsaker til det uventede, og bli mer sensitiv for hva andre tenker om en. Dette kan føre til en hypersensitivitet for identitetsrelevant informasjon.

Vår studie sier ikke noe om ungdommenes generelle identitetsutvikling. Vi har valgt å bruke deltakernes selvevalueringer i prosessen som et uttrykk for identitet, med spesielt fokus på følelsesmessige opplevelser knyttet til forventningspress, prestasjonskrav, ønske om å bli likt, sosiale roller og selvpresentasjon.

Vi antok at den omfattende eksponeringssituasjon i Idol ville føre til øket selvbevissthet og selvevaluering, og at dette kunne være mer belastende for deltakere med lav selvfølelse og høy grad av eksploreringsatferd i utgangspunktet. Kjernen i lav selvfølelse kan forstås som usikkerhet og forvirring rundt hvem man er (Baumgardner, 1990). Siden de var ungdommer, og i et dramatisk kontekstskifte, antok vi at de ville være ekstra sårbare for å oppleve brudd i egne forventninger – særlig i møter med direkte tilbakemeldinger på områder som var viktige for dem. Vi lurte også på hvordan det ville gå med dem etter utstemmingen og tiden etterpå. Hva slags refleksjoner ville de gjøre seg når de vurderte opplevelsen i ettertid?

Metode

Vår undersøkelse har befunnet seg i et felt med lite empirisk fundert psykologisk kunnskap og forståelse. For å fange bredden og prosessen i Idol-deltakernes opplevelser valgte vi en kvalitativ tilnærming basert på semistrukturerte intervjuer. Grounded Theory (GT) (Strauss & Corbin, 1998) og Consensual Qualitative Research (CQR) (Hill, Thompson & Williams, 2005) har inspirert den metodiske rammen for prosedyre og analyse i forskningsprosessen.

Utvalg. Vårt utvalg besto av seks Idol-finalister i aldersspennet 16–20 år; fire jenter og to gutter. Alle opplevde en plutselig og omfattende medieeksponering da de kom inn i Idol, i form av gjentatte oppslag i rikspresen, deltakelse i TV-programmer og radiointervjuer. Medieoppmerksomheten holdt seg relativt stabil i en periode på ca. fem måneder, med en gradvis nedgang etter dette. Det varierte noe når det gjaldt mengde og varighet av medieeksponering for den enkelte, noe som dels skyldtes hvor langt de kom i konkurransen, og dels hvor mye mediedekning de fikk i etterkant.

«Målet med studien var å kartlegge kortsiktige og langsiktige psykologiske konsekvenser av å erfare massiv medieoppmerksomhet over en begrenset periode»

Informantene. Under følger en kort beskrivelse av hver deltaker. Oppgitt alder er enten deltakerens korrekte alder eller + /– 1 år, av hensyn til anonymitet.

Ellinor, 20 år, hadde meldt seg på Idol selv om hun var skeptisk. Hun ønsket en skikkelig vurdering av sin musikalske kompetanse. Ellinor hadde ikke følt seg sosialt hjemme i barndom og tidlig ungdomstid. Musikken hadde blitt en viktig

identitetsmarkør for henne, og nå følte hun seg anerkjent og akseptert i et sosialt miljø. Hun var ferdig med videregående skole og hadde tatt studievalg i retning musikk. Hun likte ikke kjendiskulturen og opplevde at hennes seriøse ambisjoner egentlig gikk på akkord med Idolkonseptet.

Silje, 16 år, hadde blitt med på Idol for å få stå på en scene og skaffe seg et navn i bransjen. Hun hadde gledet seg til å bli stylet og pyntet som en popstjerne og å komme på tv. Hun gikk på videregående skole og bodde hjemme. Hun beskrev seg selv som sosialt trygg med god selvtillit og stort oppmerksomhetsbehov.

Stian, 20 år, hadde tenkt at Idol ville være bra for karrieren hans. Han hadde litt medieerfaring og var innstilt på å promotere seg som underholdningsartist. Han presenterte seg som en sosial og populær person og mente at han ville kunne takle alt oppstyret bra.

Katrine, 18 år, hadde meldt seg på Idol i håp om å bli oppdaget og få gjøre noe på tv. Fra hun var liten, hadde hun likt oppmerksomhet, samtidig gruet hun seg til presset rundt det å bli vurdert. Hun var veldig følsom for andres meninger og var redd for at folk ikke skulle like henne. Hun gikk på videregående og bodde hjemme.

Arne, 20 år, hadde meldt seg på, selv om det hadde vært flaut. Helst ønsket han at musikken skulle være kjent, mens han selv skulle forbli ukjent. Likevel var Idol en sjanse til å drive på med musikk. Samtidig kunne han sette livet litt på vent, fordi han var usikker på hva han ville studere. Arne opplevde en trygg tilhørighet i sitt miljø, men at holdningene hans var litt på kant med Idol-konseptet. Familien hans var også skeptiske til de verdiene Idol representerte.

Hedda, 16 år: For Hedda hadde Idol vært en sjanse til å drive på med musikk. Hun gikk på skole, bodde hjemme og ville ha en pause fra hverdagen. Hun hadde ikke alltid følt seg anerkjent og var usikker på andres oppfatninger av henne. Men hun hadde et sterkt ønske om å bli likt av alle.

Intervjuene. Intervju 1 fant sted kort tid etter at deltakerne ble utvalgt som finalister. Hensikten var å gripe deltakernes umiddelbare affekt, motivasjon og forståelse. Intervju 2 fant sted umiddelbart etter at Idol var over. Målet var å kartlegge opplevelsen og forståelsen som utviklet seg underveis i Idol. Intervju 3 fant sted ca. 1½ år etter Idol-deltakelsen. Hensikten var å kartlegge langsiktige opplevelser og konsekvenser av Idol-deltakelsen. Hvert intervju hadde en varighet på 1½–2½ time.

Spørsmål og spørsmålsrekkefølge i intervjuguiden ble utarbeidet med utgangspunkt i forskningsspørsmålene. Intervjuguiden var veiledende, og fleksibel, slik at intervjueren kunne følge deltakeren i hans eller hennes fortelling. Vi ønsket på denne måten å sikre både *konsistens*, i form av sammenlignbar informasjon mellom informanter, og *dybde* i form av å eksplorere den enkeltes fortelling (Hill et al., 1997). Utgangspunktet vårt var: Hva vurderte ungdommene selv som positivt og eventuelt belastende? I hvilken grad påvirket Idol-deltakelsen deres syn på seg selv? Hvilke langsiktige konsekvenser hadde dette? Var noen mer sårbare enn andre i en slik situasjon?

Tabell 1. Eksempler på temaer og spørsmålsformuleringer i intervjuguide

FORSKNINGSTEMA	EKSEMPEL PÅ SPØRSMÅLSFORMULERING
Identitet bakgrunn og motivasjon	Hva er det som kjennetegner deg - hvis du skal beskrive deg selv i et nøtteskall? Hva var det med Idol som fristet deg?
Selvpresentasjon og medieeksponering	Hva synes du om deg selv? Hvordan tror du andre ønsker at du skal være?
Selvideal og selvfølelse	Hvordan ønsker du å fremstå på Idol - gjør du noe spesielt? Noen spesielle episoder du ønsker å trekke frem?
Idol-opplevelsens viktighet i ettertid	Hvis du skulle skrevet en selvbiografi, hvilken betydning ville du gitt Idol i historien om deg selv? I hvilken grad har du savnet oppmerksomheten og lykkefølelsen? Hva er det du føler er viktig i livet ditt nå etter Idol?

Vi delte forskningsspørsmålene i ulike temaer og formulerte deretter spørsmål til intervjuguiden. Eksempler på formulerte spørsmål vises i tabell 1:

Intervjuguiden inneholdt oppfølgingsspørsmål som ble benyttet ved behov. Dette var viktig, da informantene var unge og ikke nødvendigvis hadde erfaring med å fortelle og reflektere rundt mentale prosesser. Vi tok også hensyn til deltakernes alder ved å bruke enkle begreper i spørsmålene. Deltakerne ble bedt om å beskrive fremfor å forklare sine opplevelser.

Analyse. Alle intervjuene ble transkribert. Intervjurundene 1 og 2 ble analysert først, og deretter intervjurunde 3. Analyseprosessen ble strukturert etter CQR sine anbefalinger ved å veksle mellom individuelt arbeid og diskusjon for å

utvikle konsensus. I henhold til GT og hermeneutisk tenkning vekslet vi mellom den enkeltes fortelling (informantnivå) – og å se på hele materialet samlet (helhetsnivå). Dette la grunnlag for fire steg: Åpen koding av intervjuer, konseptuell ordning i syv domener, individuelle sammendrag og til sist konseptuell ordning i fire hovedkategorier. Analysen av intervjurunde 3 førte til en omstrukturering av kategoriene. Den samlede analysen resulterte i fem hovedkategorier: 1) Gruppetilhørighet, 2) Medieidentitet og selvpresentasjon, 3) Selvevaluering og selvbevissthet, 4) Tapsopplevelse og 5) Idealer og realiteter.

Etiske utfordringer. Deltakerne var unge og befant seg i en ny og ukjent situasjon som kunne oppleves som belastende. De hadde imidlertid selv søkt seg til TV-programmet, med et ønske om eksponering. Vi ga dem informasjon om intervjusituasjonen, hvorfor de ble bedt om å delta, og at de når som helst kunne trekke seg fra studien. Det ble

undertegnet skriftlig samtykkeerklæring i forbindelse med intervjuet, og for informantene under 18 år ble det også innhentet samtykke fra deres foresatte. For å ivareta deltakernes anonymitet ga vi dem nye navn og utelukket konkrete personlige erfaringer som var lett gjenkjennelig fra mediebildet.

Undersøkelsen er godkjent av Regional Etisk Komité (REK) og registrert ved Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD).

Resultater og diskusjon

Informantene i vår undersøkelse gikk igjennom en prosess med ulike faser. I tråd med forskningsspørsmålene ønsket vi å utforske prosessen Idol-deltakerne gikk igjennom. Vi har derfor funnet det meningsfullt å strukturere diskusjonen i henhold til informantenes kronologiske fortellinger; først selve Idol-deltakelsen og deretter tiden etter at Idol var over. I den påfølgende resultat- og diskusjonsdelen blir kategoriene derfor presentert under følgende hovedoverskrifter: 1) Livet som Idol-finalist, 2) Utstemming og 3) tiden etter Idol, 4) Sårbarhetsfaktorer og beskyttende elementer

Fase 1: Livet som Idol-finalist

Gruppetilhørighet. Nye venner, ny gruppetilhørighet og ny status fremstod som svært viktig for Idol-finalistene under de to første intervjuene. Det nye fellesskapet ble for mange av deltakerne viktigere enn den gamle vennekretsen. Eksempelvis opplevde Katrine at de utenfor ikke forsto livet hun levde nå, men var sjalu på henne. Slike reaksjoner er i tråd med Adler og Adlers (1989) funn at unge, vellykkede idrettsstjerner skjøv unna andre som kunne assosieres med deres tidligere identitet, og heller søkte fellesskap som forsterket den nye «glorifiserte» identiteten. De brukte i stedet hverandre som referansegruppe for selvevaluering og selvfølelse.

Det er så utrolig gøy å få oppleve dette! Og det å ha fått møte alle disse kjekke folkene de er jo venner for livet. Og alle de bak kameraet og rundt dette prosjektet – de har vært så utrolig støttende! Og så utrolig snille og greie!

Silje

For Katrine, Hedda og Silje ble den nye gjengen spesielt viktig. Den nye gruppen ga samhold, privilegier og anerkjennelse som de bare hadde kunnet drømme om tidligere. Dette er i tråd med Sussman, Pokhrel, Ashmore og Browns (2007) beskrivelse av hvordan ungdommer identifiserer seg med grupper for å utvikle en positiv identitet. Sosiale grupper organiseres i et statushierarki, «elitegruppene» på toppen. Medlemmene av elitegruppene er populære og suksessfulle i ulike aktiviteter. Både Katrine, Silje, Hedda og Stian beskrev Idol-gruppen som en meget attraktiv høystatusgruppe for dem. Berømmelsen medførte en slags «Midas touch» (Adler & Adler, 1989), hvor andre gjerne

ville ha en bit av de berømtes status. De ble mer attraktive, og venner og familie solte seg i glansen av dem. Særlig for de yngste var det spennende å bli behandlet som

voksne.

Ja, det er alle de privilegiene du får med å være kjendis da – at du kommer gratis inn på et utested, for eksempel, det er dødsfett! Du får gratis ting, gratis klær. Du får penger til å kjøpe deg klær. Du får bli med på mange fester og oppleve nye ting, og møte masse folk og sånn.

Silje

Unntakene var Ellinor og Arne, som i mindre grad lot seg forsvinne inn i Idolboblen. Begge så Idol-deltakelsen i et mer profesjonelt lys og var mer skeptiske til selve konseptet. Ellinor hadde markert distanse til Idol-miljøet fra begynnelsen, og opplevde seg etter hvert litt ekskludert fra gruppen. Arne synes at de andre deltakerne var greie, men knyttet seg ikke spesielt til noen av dem. Han fant mer støtte og identifikasjon utenfor Idol-miljøet. Stian syntes at det var kjempemoro med den nye gjengen, men hadde også mye kontakt med vennene sine utenfor Idol.

Det kunne synes som om deltakerne underkommuniserte konkurranseaspektet i situasjonen i sine sterke uttrykk for fellesskapets positive betydning. Men vi må huske på at Idol-deltakerne var i en presset situasjon, og produksjonen ble opplevd som en trygg base for mange av dem. De hadde inntrykk av at de innenfor beskyttet dem og ville dem vel, mens pressefolk utenfor jaktet på dem for å få sensasjonelle oppslag. Det de ikke helt så, var at en viktig oppgave for mannskapet var å lage «bra tv», noe som kunne gå på bekostning av ungdommenes egeninteresser. Giles (2000) har påpekt at en vanlig mekanisme blant artister er å utvikle en følelse av at den indre kretsen er deres beste venner og beskyttere, mens omverdenen representerer en større trussel. Ifølge ham vil mye av den enorme rosen og bekræftelsen et mannskap gir en artist, i stor grad være kunstig. Ofte kommer det fram en annen sannhet når vedkommende snur ryggen til. Derfor blir artisten gående rundt i en kunstig positiv verden. Dette kan skape et problematisk skille til verden utenfor. Ungdommene hadde mindre oversikt og kontroll over sin situasjon enn de var klar over selv.

**«Berømmelse er en type
situasjonell påvirkning som
medfører utvikling av kronisk
høy selvbevissthet»**

Medieidentitet og selvpresentasjon. Idol ble en arena for å vise seg fram og speile sine personlige egenskaper gjennom andres tilbakemeldinger. Med unntak av Stian hadde ingen av informantene særlig medieerfaring og måtte lære å opptre som offentlige personer fra første stund. Men Stian vurderte seg selv som en proff mediestrateg og likte seg i møtet med medieoppmerksomheten. Han la stadig inn nye «catchy stunts» for å holde markedsverdien sin på topp.

Deltakerne oppdaget raskt hvilke medieprofiler de ble tildelt av pressen. Ellinor, Stian, Silje og Arne følte seg komfortable med de rollene de fikk utad, for eksempel «den profesjonelle», «sjarmøren», etc. Disse opplevde få konflikter rundt sin medieidentitet og var opptatt av at «meg» og «medie-meg» var så like som mulig. De mente at de selv hadde mer kontroll enn media over sin egen offentlige fremstilling.

Katrine og Hedda strevde mer for å finne sin plass og hadde mye eksploreringsatferd. Hedda synes det var vanskelig å få vist hvem hun egentlig var, fordi hun var så mye forskjellig. Hun utforsket ulike sosiale roller, for eksempel å være «den tøffe» eller «den søte», og var usikker på hvem hun var og hvordan hun ønsket å fremstå. Helst ville hun bli likt av alle. Det var ubehagelig om andre fikk en tydelig medieprofil som hun selv kunne tenke seg.

(Janne) hadde veldig lik musikksmak og stil som meg, på en måte, og hun, husker jeg, ble omtalt som den nye norske (kjent popstjerne). Da bare: Hæh, I wanna be that(...)! Fordi at jeg hadde også den greia, eller jeg likte også den type ting, ikke sant. Og da bare sitter du der og (lager geip). Det er skikkelig urettferdig!

Hedda

Katrine opplevde i utgangspunktet at hun fikk mye oppmerksomhet for sin livlige og sympatiske fremtoning. Hennes personlighet ble hennes varemerke. Men utover i konkurransen fungerte ikke dette varemerket like godt. Hun følte seg skjøvet i bakgrunnen av de andre deltakerne og fortalte at hun hadde blitt klippet bort på tv-innslag til fordel for andre som ble favorisert av produksjonen.

Imidlertid syntes det å bli fremstilt som en spesiell «type» person å være mindre problematisk for ungdommene enn å oppleve seg som utydelig.

En gjennomgående beskjed til deltakerne var at Idol var en «helhetskonkurransen», ikke bare en sangkonkurransen. Produksjonsapparatet oppmuntret deltakerne til å «by på seg selv». Det å være «autentisk» var en metode for å vinne terreng og sympati. Jerslev (2004) har hevdet at det å «være seg selv», altså å fremstå som ekte og autentisk, har forrang foran det som faktisk blir gjort eller sagt i dagens mediekultur. Kravene om autentisitet ligger dessuten i populærmusikkens kultur og har generelt fått en høyere status i samfunnet (Giles, 2000).

Deltakerne var klar over at publikum ønsket å bli kjent med dem, og syntes å godta dette som en nødvendighet for å bli likt. En personlig medierolle ble fremstilt som et konkurransefortrinn og en fordel for karrieren av flere av deltakerne. Men det kunne være vanskelig å balansere mellom å fri til publikum for å få stemmer og samtidig gi et riktig bilde av hvem man var. Alle informantene prøvde å løse disse utfordringene ved «å være seg selv». Men de var forskjellige i hvorvidt de ville vise *alle* sider ved seg selv, eller bare noen. Dessuten var det tydelig at «alle» sider i realiteten var avgrenset til de positive.

Hedda opplevde det som fantastisk at publikum var interessert i å bli kjent med hennes private sider. Katrine sa at tilbakemelding på hennes personlighet var det viktigste under Idol. Begge opplevde at de fikk vite mer om hvem de selv var, gjennom disse tilbakemeldingene, og uttrykte et stort behov for dette, på grunn av usikkerhet i den nye konteksten.

Jeg synes det er veldig spennende med de som for eksempel skriver til hjemmesiden og spør deg liksom: 'kan du fortelle meg litt om livet ditt?', kan du skrive litt om det?', og som er interessert i liksom hele personen – det synes jeg er veldig spennende. (...) for da får du liksom vist så mye.

Hedda

Silje, Stian, Arne og Ellinor ga alle uttrykk for å ha god selvtillit. De hadde mindre eksploreringsatferd når det gjaldt hvordan de ønsket å fremstå utad, men hadde også ulike strategier og ønsker i møter med media.

Silje var spesielt glad i personlige reportasjer hvor hun fikk vist hvem hun var på hjemmebane, og stortrivdes i rampelyset. Stian søkte også aktivt eksponering og mente at han kunne kontrollere media. Han syntes for eksempel at det var snobbete å si nei til Se og Hør. Etter å ha blitt misforstått i et avisoppslag tidlig i konkurransen uttrykte han at han måtte bli mer restriktiv i møtene med media. Men han fortsatte likevel aktivt å søke medieoppmerksomhet også etter dette.

Arne og Ellinor ønsket å være mer forsiktige i sin omgang med media og holdt kortene tettere mot brystet. Slik opprettholdt de et tydeligere skille mellom meg og medie-meg. Ellinor rettet seg mot dem hun tenkte var interessert i musikken hennes, og ikke hva hun gjorde på fritiden. Hun var også negativ til den ukritiske egeneksponeringen hos andre deltakere.

Jeg synes det blir et så desperat forsøk på å vise flest mulige sider av seg selv: «se jeg kan male, jeg kan svømme, se alt jeg kan!» og folk blir helt overvelda – jeg blir i alle fall det – litt sånn som: Jøss det var da voldsomt så du skulle vise deg selv – er det ikke nok at du synger da?

Ellinor

At dette med å 'være seg selv' ble så sentralt for alle deltakerne, kan kanskje også forstås som en måte å beskytte seg på. Om noe gikk galt, kunne det likne en forsvarstale: «Det eneste jeg kan gjøre, er jo å være meg selv».

Selvevaluering og selvbevissthet. For alle deltakerne startet finalerundene med en flom av gode følelser, utløst av ros fra dommerne, publikum, familie og venner. I første intervju beskrev alle deltakerne Idol som en reell karrieremessig og personlig døråpner.

... og så kommer det i en avisgreie som liksom hundretusenvis av nordmenn kjøper hver dag. Og så sitter du den lille personen – og så blir du til hundre tusen personer da! Jeg blir kopiert så mange ganger, så hver eneste som

kjøper avisen får liksom sin egen lille meg – og det er skikkelig sånn merkelig (...). For vanligvis så er det bare familie og venner som har bilde av deg ikke sant. (...) Du har liksom plutselig fått hundre tusen nye venner.

Hedda

I løpet av deltakelsen opplevde alle deltakerne økt bevissthet rundt hvem de var og hvordan de ble sett av andre. Økt selvbevissthet kom til uttrykk som en stadig vurdering av hvordan de ble sett i andres øyne. De sammenlignet seg også med hverandre. Økt selvbevissthet ble opplevd som positivt for alle deltakerne når egen og andres oppmerksomhet var rettet mot suksess.

De var imidlertid forskjellige når det gjaldt hvilken type tilbakemelding som var viktig for dem. Silje, Katrine, Hedda og Stian hadde alle en følelse av å bli likt som personer når de presterte på scenen, og når de fikk oppmerksomhet. Silje var begeistret for populariteten og fortalte hvor fantastisk moro det var å gå nedover Karl Johan og bli tatt bilder av og bli lagt merke til.

Hun nøt sin egen selvsikkerhet og frydet seg over den nye tilværelsen hvor hun selv hadde hovedrollen. Både Hedda og Katrine uttrykte et sterkt behov for å bli akseptert, og spesielt Hedda reflekterte mye over hva hun håpet lå bak tilbakemeldingene.

Jeg er veldig glad for at folk gratulerer meg og sånn, men jeg er mer opptatt av at folk skal like den jeg er og ikke det jeg gjør. Nå er jeg mye mer sånn at jeg håper at folk liker meg – og at det er derfor jeg får oppmerksomhet liksom.

Hedda

Ellinor ble veldig glad når hun ble omtalt som seriøs og dyktig, men forholdt seg mer distansert til andre typer tilbakemeldinger. Arne syntes det var godt å få bekreftelse på musikken sin, ellers mente han at tilbakemeldingene han fikk i liten grad berørte hans generelle selvbilde. Ellinor og Arne var dessuten de eneste som oppga at de også vurderte de positive tilbakemeldingene kritisk.

Kombinasjonen av gruppefelleskap, sosial status, eksponering og bekreftelse på personlige sider syntes mest viktig for Silje, Stian, Hedda og Katrine. Ved å involvere seg mer innenfor disse aspektene, fikk de også tilgang på anerkjennelse på flere identitetsrelevante områder. Slik fikk opplevelsen en større betydning for deres selvfølelse (Cast & Burke, 2002). Arne og Ellinor fikk også anerkjennelse på områder som var viktige for dem – både gjennom å prestere musikalsk, og å få verifisert sine sosiale roller ved å markere avstand til Idol-konseptet. Det syntes like viktig for Ellinors identitet og selvfølelse å markere denne distansen som det var for Hedda å bli inkludert.

På den andre siden kunne økt selvbevissthet bli belastende, spesielt når deltakerne ikke opplevde å leve opp til egne og andres standarder i situasjonen. Utseende har blitt et stadig viktigere kriterium for kjendisstatus i dagens visuelle mediekultur (Giles, 2000), og er av stor betydning

for selvfølelsen i ungdomstiden (Kvalem, 2007). Alle jentene rapporterte at de hadde blitt mer opptatt av hvordan de så ut, i løpet av prosessen, noe som ikke var overraskende i lys av hvor viktig selvpresentasjon var i konteksten. Både Ellinor og Katrine hadde fått dårligere selvtillit i forhold til utseendet sitt, ut fra sammenligning med de andre jentene.

Selvfølelsen er spesielt utsatt når det er en mulighet for å bli ekskludert fra fellesskapet (Cast & Burke, 2002; Kvalem & Wichstrøm, 2007). I Idol har publikum en sentral rolle i å vurdere hvem som skal ha medlemskap og ikke. Dette skaper en uforutsigbarhet for alle og gjør noen spesielt usikre. Under selve konkurransen var det Hedda og Katrine som beskrev de sterkeste følelsesmessige svingningene. Begge var svært oppmerksomme på at det nye gruppedlemskapet også innebar krevende standarder som de måtte leve opp til.

Hvis for eksempel en person kom bort og: «det var ikke noe fint med den prikken der...» da husker jeg at jeg tenkte så mye på det at jeg ble skikkelig deppa av det. At jeg trodde at folk liker meg ikke.

Katrine

Det å hele tiden være under vurdering kunne være slitsomt i seg selv. Ute blant folk måtte deltakerne passe på at de fremsto som gode forbilder. Silje fortalte at hun var redd for å få negative tilbakemeldinger, og kunne ligge våken og være redd for at alt skulle gå galt. Arne passet på at han ikke sa dumme ting.

Den derre redselen om å, jeg vet ikke. Om å ryke ut. Og at jeg måtte, eller hele tiden tenke på at det var «live». At hvis jeg sa noe feil og et eller annet, og begynte å hoste eller noe sånt, ikke gikk det an å få bort – da så alle.

Katrine

Deltakerne befant seg i en klemme mellom ønsket om stolthet og mestring på den ene siden – og frykten for skam og nederlag på den andre.

Oppsummeringsvis syntes den første fasen for alle å innebære vesentlig positive opplevelser. Det varierte imidlertid i hvor stor grad deltakerne ga seg over til den nye statusen og dyrkingen fra omgivelsene. Tre av deltakerne (Katrine, Hedda, Silje) hadde få betenkeligheter og lot seg i stor grad «sluke» av Idol-sirkuset. De forlot sitt gamle miljø og sin tidligere omgangskrets og prøvde ut nye identiteter innenfor Idolkonseptet. En (Stian) definerte seg selv som en proff mediehåndterer og spilte bevisst ut strategier for å få og opprettholde medieoppmerksomheten rundt seg selv som person. To av deltakerne (Ellinor og Arne) var mer tilbakeholdne, de definerte seg som profesjonelle artister og ønsket ikke å eksponere seg ukritisk overfor media.

«Hedda opplevde at den gode selvfølelsen ble «tatt fra henne» da hun ble stemt ut fra Idol. Hun

opplevde det hun selv kalte en «kræsje»

Fase 2: Utstemmingen

Tapsopplevelse. Selve utstemmingen foregikk ved at deltakerne, etter kveldens prestasjoner, fikk opplest seernes stemmer på direktesendt TV. De som hadde fått minst stemmer, måtte sette seg i egne stoler på scenen for å vente på dommen. Så ble ett navn erklært som kveldens taper. Vedkommende fikk mulighet til å si noen ord, mens de andre deltakerne ventet med omfavnelser og klemmer. Pressen sto klar til å ta de beste bildene.

Reaksjonene på å bli utstemt var forskjellige. Alle mente imidlertid at årsaken i stor grad hang sammen med feil valg av sang. Å vektlegge uflaks kunne være en måte å beskytte selvbildet på. En annen trøst var tross alt å ha kommet helt fram til finalerunden.

Rett etter utstemmingen var tapet av fellesskapet det mest fremtredende temaet. Hedda, Katrine, Silje og Stian hadde sterke følelsesmessige reaksjoner på dette. Det var trist å se hvilke morsomme ting deltakerne som var igjen, fikk være med på. Disse fire holdt kontakt med Idol-miljøet i etterkant og var gjerne med under produksjonen av de neste programmene. Da Stian ble stemt ut, hadde imidlertid produksjonen måttet sette en stopper for at de gamle deltakerne kunne henge rundt i studio. Dette hadde gjort følelsen av ensomhet ekstra sterk for ham

De andre kompisene, de tingene som har vært, de elementene i livet ditt før Idol, de har på en måte sluttet å ringe daglig – for du har så mye å gjøre (...). Og når du da våkner opp den første uken liksom, de første ukene, så er det jo ingen som ringer. For de fra TV2 og den biten de ringer jo ikke – for du er jo ute av det. Så den første uken følte jeg meg... jeg har aldri følt meg så ensom, faktisk.

Stian

Hedda opplevde at den gode selvfølelsen ble «tatt fra henne» da hun ble stemt ut fra Idol. Hun opplevde det hun selv kalte en «kræsje». Kræsjen innebar en revurdering av vennskap, talent og posisjon i hverdagen. Fellesskapet og statusen i Idol-miljøet hadde gitt henne god selvtillit. Hun følte hun hadde blitt en man kunne se opp til, men i etterkant ble alt dette satt på spill.

Katrine fikk en umiddelbar knekk da hun ble stemt ut og hadde grått og grått. Hun hadde ikke villet forlate de andre og følte at hun ikke hadde fått vist hva hun var god for. Hun hadde sittet på rommet sitt og følt seg *deppa*, *kvalm* og *helt jævlig!* Den kvelden hadde hun måttet ha en venninne hos seg som sov over på hotellet.

Imidlertid sa både Arne og Ellinor at utstemmingen ikke hadde gått så hardt inn på dem, selv om Arne syntes det var «surt» å ryke ut. Begge disse to valgte å trekke seg

tilbake og håndtere utstemmingen på egen hånd.

Bortsett fra Ellinor fortalte alle deltakerne om ambivalens til at medieoppmerksomheten forsvant. Det var godt å slippe å ha kameraet opp i ansiktet hele tiden. Samtidig hadde det vært deilig å bli sett og bekreftet. Hedda syntes det var trist å ikke få så mye oppmerksomhet etter hvert som månedene gikk, og pleide å trøste seg med dagdrømmer om at hun skulle komme tilbake som stjerne en dag. Stian var svært kritisk til hvordan man under Idol opplever å få masse fokus, og så bare måtte forsvinne igjen.

Det er ikke noe jevn overgang for å komme inn der (Idol) – bli ekstremt eksponert – og så «boff» så er du på egne ben, sånn liksom (knipser). (...) Dagen etter så var det null fokus på deg, og da hadde du hatt fokuset på deg hver eneste dag ikke sant – hele tiden så er det folk som sier hva du skal gjøre: 'Gå dit, gå datt, klokka 12 er det mat, klokka 13 er det lydprøver'. Du fikk den derre – noen som styrte livet ditt til punkt og prikke over lengre tid, og så plutselig så våkner du opp og så ... er det ingen som har ringt.

Stian

Oppsummeringsvis, så ble selve utstemmingen en taps- og sorgopplevelse for alle deltakerne. Men særlig for dem som hadde kuttet forbindelsen til sitt gamle miljø og gitt Idol status som total selvbekreftelsesarena (Hedda, Katrine, Silje og Stian). Selve konkurransetapet var en ting, tapet av den nye tilhørigheten kanskje det verste. Særlig ble dette et problem for Stian, som ikke engang fikk anledning til å forbli på settet etter utstemmingen. De to (Ellinor og Arne) som hadde beholdt identitet og kontakter utenfor Idol, syntes å være bedre rustet til å tåle utstemmingen.

Fase 3: Tiden etter Idol

Idealer og realiteter. Da vi snakket med deltakerne året etter avslutningen, hadde de fleste begynt å studere eller hadde vanlige lønnede jobber som ikke innebar medieeksponering. Ellinor var den eneste som jobbet med musikk på heltid. Arne og Hedda jobbet fortsatt med noen musikalske prosjekter, mens Stian, Silje og Katrine ikke hadde noe konkret på gang. Overgangen fra et hektisk liv i offentlighetens søkelys til en stille hverdag hadde innebåret store omveltninger for ungdommene. Hadde det vært vanskelig å leve opp til kjendisstatusen da Idol-rammen forsvant? Dette var ikke noe deltakerne selv var særlig opptatt av. Alle hadde hatt flere spillejobber og prosjekter på gang i noen måneder etter konkurransen, som hadde gjort overgangen mykere. De følte det godt å få bekreftet at andre mennesker hadde forventninger til dem i ettertid. Denne bekreftelsen ble en speiling på at de fortsatt hadde noe spesielt.

Alle deltakerne, unntatt Ellinor, opplevde ved tilbakeblikk at de hadde vært nærmere artistdrømmen under Idol enn halvannet år senere. Katrine og Silje gjorde likevel ikke noe aktivt for å oppnå drømmen sin. Silje satt og ventet på det perfekte jentebandet, og Katrine hadde ikke hatt tiltak til å gå i studio, selv om hun hadde tilgang. Denne mangelen på aktivitet mot drømmen kunne kanskje skyldes at disse to egentlig ikke

hadde hatt et reelt ønske om å investere i en musikerkarriere, men at det å være «kjendis» hadde vært det mest fristende.

Jeg savnet vel bylivet og alle folkene og, og den oppmerksomheten man hadde og... Altså alt det som skjedde på Idol liksom. Vi gjorde jo så masse kjekt og... ja. Veldig privilegerte. (...) Fikk masse fordeler og masse gratis ting, og ... Ja masse kjekke ting rundt alt, liksom.

Silje

I etterkant av Idol var Hedda nedstemt, forvirret og usikker. Hun ønsket selv å satse yrkesmessig på musikkbransjen, mens verden rundt ønsket at hun skulle forplikte seg til skolegang og et liv som vanlig tenåring.

Jeg tror nesten det (Idol) har forlenget puberteten! Fordi da jeg begynte, da jeg ble med i hele den greia, så var jeg liksom egentlig litt ferdig med det. Jeg hadde fast kjæreste, jeg hadde det veldig bra. Også da jeg da var ferdig, og kom tilbake til skolen, så plutselig så kom hele den greia. (...) så plutselig så mister jeg meg selv helt, og da skjønnte jeg ikke det her.

Hedda

For Stian skapte den omfattende medieeksponeringen et ubehag, der han satt igjen med følelsen av å ikke helt vite hvem han var lenger. De uvanlig konkrete tilbakemeldingene gjennom media hindret ham i å utforske disse spørsmålene i fred.

Og jeg tror kanskje at de nedturene også da har gått på at... under da Idol, og etterpå på alle de intervjuene – så har det blitt stilt så mange spørsmål da, på nettopp det hvem man er og hva man skal. Og så ligger man og tenker over dette her, og så finner man på en måte ikke noe svar.

Stian

Han opplevde at folk ofte misforstod ham på bakgrunn av medierollen, og at folk forventet at han «trodde han var noe». Han var lei og sliten av hele tiden å forholde seg til andres fordommer, blant annet måtte han alltid vise at han var ydmyk når han traff nye mennesker. Stian orienterte seg etter hvert mot arbeid som innebar mindre medieeksponering. Dette gjorde han med støtte og veiledning fra foreldrene. Han syntes det var utfordrende å skulle forholde seg til det han selv hadde sagt om egne planer og fremtidshåp i offentligheten. Han var også blitt mer usikker på hva han ville med livet. Han fortalte om flere tunge perioder i etterkant av Idol. I disse periodene følte han at alt hadde «gått til helvete».

Noen måneder etter konkurransen opplevde Stian seg feil og usympatisk fremstilt i en mediesak. Han og journalisten hadde tilbrakt mye tid sammen, og det som Stian trodde var en uformell prat, var blitt hovedoppslaget. Små sitater var blitt blåst opp og tatt helt

ut av sammenhengen. Han ble trist og skamfull over måten han ble presentert på i avisen, og var sikker på at folk trodde på det bildet som media skapte av ham.

Jeg har vært med på en del saker som jeg antagelig har angret på (...) jeg tenkte på meg selv som et produkt omtrent da. Jeg så ikke den – jeg er jo faktisk en person – et menneske. Jeg er ikke ett eller annet du skal selge fra TV-shop liksom. (...) Og det skjønte jeg etter hvert. Sånn som nå hvis for eksempel «Se og Hør» ringer, og skal ha en story fra meg, så gjør jeg ikke det.

Stian

Oppsummeringsvis ser vi at ca. et år etter var det bare en som fortsatt jobbet med musikk på heltid. De fleste hadde fjernet seg fra artistdrømmen. Idol hadde vært en drømmeperiode, den grå virkeligheten hadde i større eller mindre grad kommet på plass igjen. De fleste hadde taklet dette bra, men noen hadde strevd med overgangen (Hedda og Stian). Stian hadde dessuten fått knust sitt selvbilde som mediamestrer. Dette hadde medført langvarige problemer og grublinger.

Sårbarhetsfaktorer og beskyttende elementer

Sentralt i denne studien har vært å utforske forskjellighet i sårbarhet overfor en slik eksponeringssituasjon. De deltakerne som i særlig grad formidlet negative opplevelser, følelser og konsekvenser, var Hedda, Katrine og Stian. Hedda opplevde stor usikkerhet rundt sin egen identitet underveis i konkurransen, og de negative konsekvensene vedvarte i en lengre periode i ettertid. Stian presenterte seg som selvsikker og trygg på sin egen identitet under de første to intervju rundene, men opplevde seg langt mer usikker etter Idol var over. Katrine fortalte om en økende grad av negativ selvevaluering underveis, og opplevde utstemmingen som spesielt vanskelig. Det er flere faktorer som kan

«I media har det vært formidlet en oppfatning av at deltakerne selv vet hva de går til når de melder seg på Idol - men vet de egentlig det?»

tenkes å ha bidratt til variasjonen i sårbarheten hos deltakerne.

I utgangspunktet hadde vi antatt at *ung alder* ville være en sårbarhetsfaktor. Dette var imidlertid ikke et gjennomgående mønster i vårt materiale. I lys av identitetsteorien til Marcia (Marcia 1966, 1987; Marcia & al., 1993), kan det hevdes at ikke alder, men grad av *identitetseksplorering*, kan være den avgjørende sårbarhetsfaktoren. Deltakelsen ga anledning til eksplorering av egen identitet, med uvanlig direkte tilbakemeldinger om talent og personlighet. Det kan tenkes at de med størst behov for å eksplorere egen identitet og som eksponerte seg mer personlig, ble mer sårbare på sikt. Dette er i

samsvar med Heddas og Katrines fortellinger. Men det stemmer i mindre grad når det gjelder å forstå Stians sterke negative reaksjoner i tiden etter deltakelsen. Rollen som mestrende mediestrateg var noe Stian opplevde han lyktes med under konkurransen, og han følte seg trygg på seg selv i situasjonen. I ettertid opplevde han imidlertid at det han trodde var hans styrke, hadde gjort ham spesielt sårbar. Det førte til større usikkerhet på egen identitet og negativ selvevaluering.

Schallers teori (1997) om økt selvbevissthet i møte med offentlig oppmerksomhet kan være relevant. Alle deltakerne formidlet å ha fått *økt selvbevissthet* i prosessen. Men dette kan ha slått ut på forskjellige måter hos de ulike ungdommene. Det kan tenkes at økt selvbevissthet forsterket belastningen av negative hendelser og selvevaluering.

Teorier om betydningen av *avbrudd i forventninger og det forestilte publikummet* (Siegel, 2005) kan bidra til forståelsen av hvorfor noen opplevde større psykologiske belastninger enn andre. Stian reagerte med økt sensitivitet for identitetsrelevant informasjon etter møtet med ny, uforutsett informasjon fra omverdenen. Tidligere medieoppslag om egne planer og ambisjoner tvang ham til å forholde seg til disse temaene. Slik styrte omverdenens oppmerksomhet hans egen oppmerksomhet mot seg selv. Det forestilte publikummet ble forsterket av tilstedeværelsen av et virkelig publikum.

Også Hedda opplevde tilpasningen til nye krav og forventninger om hvem hun skulle være, som svært krevende. Hun strevde etter forutsigbarhet, men måtte hele tiden endre kurs i tråd med hva hun opplevde at omverdenen krevde av henne. Går man tilbake til teorien om identitetseksplorering, syntes Hedda å være spesielt utsatt på grunn av sin brede eksplorering og usikre selvfølelse. Hun ble ekstra sårbar for avbrudd i forventninger, som igjen opprettholdt sensitiviteten i møte med identitetsrelevant informasjon.

Arne og Ellinor rapporterte liten grad av belastning og negativ selvevaluering både underveis og i etterkant av Idol. Deres tilnærming var å fokusere på sitt eget opprinnelige miljø fremfor det nye fellesskapet i Idol-gjengen. De formidlet også at den nye *kjendisstatusen* ikke var særlig betydningsfull. Det kunne se ut som at det å i mindre grad oppleve kjendistilværelsen og oppmerksomheten som viktig ville føre til færre problemer i tilpassingen til hverdagen etter Idol. Denne sammenhengen så imidlertid til å være avgrenset til perioden rundt selve utstemmingen, og ikke i året etter. Tapsopplevelse og negativ selvevaluering knyttet til selve utstemmingen var dermed heller ikke en sikker indikator på at tiden etterpå ville bli vanskeligere.

Våre resultater kan tyde på en sammenheng mellom grad av *selvutlevering i media* og grad av sårbarhet. For Hedda og Stian syntes dette å stemme. Imidlertid fortalte Katrine og Silje om relativt få utfordringer over tid, til tross for stor eksponering av mange private sider i mediebildet. Katrine opplevde riktignok ustabilitet i selvfølelsen under konkurransen, men fant seg greit til rette i ettertid. Silje ga uttrykk for å ha stabil og sikker selvfølelse både under og etter Idol. Samtidig erfarte hun i hovedsak å bli

bekreftet på den sosialerollen hun selv opplevde å ha, og opplevde færre avbrudd i egne forventninger.

Arne og Ellinor var de tydeligste når det gjaldt hvilke områder de ønsket å beskytte. De hadde også skjermet seg mest for selvtutleverende medieeksponering og viste størst stabilitet i selvfølelsen over tid. Ved å skjerme seg for eksponering ble færre identitetsprosjekter gjenstand for offentlighetens vurdering.

Det å anerkjenne både sterke og svake sider har vært trukket fram som et viktig aspekt i en trygg identitet og selvfølelse (Marcia, 1987; Baumgardner, 1990). Også i en situasjon som Idol kan kanskje en slik egenbevissthet gi mer trygghet, fordi man både er stolt av sine sterke sider og samtidig aksepterer sin sårbarhet og kan beskytte seg mot det man tror man ikke tåler. Videre kan en slik trygghet innebære at man i mindre grad lener seg på ytre bekreftelse av hvem man er (Marcia, 1987). I en situasjon som Idol kan dette være særlig nyttig ved at man legger mindre evaluerende makt i publikums hender.

Idol som iscenesatt virkelighet. I motsetning til et program som for eksempel Big Brother og Paradise Hotel anses Idol som et mer stuert program med bredt nedslagsfelt (Hontvedt, 2006). Den «snille» profilen kan kanskje forklare hvorfor man unnlater psykologisk kartlegging av deltakerne slik det gjøres i andre realityshow. ^[1]I media har det vært formidlet en oppfatning av at deltakerne selv vet hva de går til når de melder seg på Idol – men vet de egentlig det? Iscenesettelsen innebærer at vi tror TV-skjermen er en sann gjengivelse av virkeligheten i produksjonen, men slik er det ikke. Ungdommene hadde blitt eksponert som unge fremadstormende artister, men dette bildet eksisterte bare innenfor apparatet og rammene i Idol.

Noen av deltakerne opplevde en nokså brutal situasjonsendring når de ikke lenger var av interesse for produksjonsteamet – og til og med ble utestengt fra lokalene. Hvordan en slik overgang oppleves, var ikke lett å forutse for unge, uforberedte mennesker som hadde investert en enorm innsats, fokus og følelser i en intens og uoversiktlig situasjon. Dette burde vært tatt mer på alvor av produksjonsapparatet. Mer oppfølging og veiledning i denne fasen ble etterlyst.

Var det verdt det? Idol-deltakelsens positive sider, i henhold til våre finalister, var bekreftelse på egne evner, positiv oppmerksomhet fra familie, venner, ukjente og media, samt nye bekjenskaper, status og erfaringer. Det som generelt opplevdes som belastende, var stress knyttet til prestasjonskrav i forbindelse med sceneopptredener og selvpresentasjon i media, samt det å håndtere kontekstskiftet både ved inngangen og utgangen av Idol.

Under den avsluttende intervjurunden rapporterte alle ungdommene at Idol-deltakelsen hadde vært langt mer positiv enn belastende. I lys av de belastningene flere av deltakerne opplevde, kan man undre seg noe over dette. På én side kan det tolkes som et forsvar av egne valg. På en annen side kan det se ut som at Idol var både fælt og fantastisk, og at det ene ikke utelukker det andre. Alt i alt uttrykte deltakerne at totalopplevelsen var så betydningsfull at de aksepterte prisen de måtte betale. De hadde imidlertid noen råd til kommende deltakere: Vær oppmerksom på at du skal profileres i

media, og tenk på hvordan du ønsker å fremstilles. Sett grenser for hva du vil være med på. Pass på så ikke berømmelsen går til hodet på deg. Og sist, men ikke minst; *Vær deg selv!*

Konklusjon

For alle våre informanter hadde Idol-deltakelsen vært en betydningsfull opplevelse som satte varige spor i deres liv, selv om flertallet ikke fortsatte en musikalsk karriere etterpå. Alle oppga at de hadde opplevd evaluering både av talent, personlige egenskaper og attraktivitet. De hadde blitt mer selvbevisste og sensitive overfor andres vurderinger. De hadde også blitt mer selvkritiske i løpet av prosessen. Dette er i tråd med våre antagelser. Det å bli utstemt var, for fire av deltakerne, en svært stressfull begivenhet, og for to av disse vedvarte de negative effektene over lang tid. For alle fire var tap av oppmerksomhet, status og tilhørighet det mest belastende. Spesielle sårbarhetsfaktorer for langvarige negative effekter syntes å være usikker identitet, høy grad av eksploreringsatferd, selvutleverende eksponering i media og det å oppleve privilegiene i den nye tilværelsen som spesielt viktige for deres eget selvbilde. De deltakerne som hadde en identitet sterkere knyttet opp til miljø og venner utenfor Idol og hadde skjernet seg selv som privatpersoner i løpet av konkurransen, syntes mer beskyttet overfor de negative effektene. Da vårt utvalg er så lite, må vi selvfølgelig ta forbehold når det gjelder våre konklusjoner.

Teksten sto på trykk første gang i Tidsskrift for Norsk psykologforening, Vol 49, nummer 9, 2012, side 843-853

TEKST

Anne Marthe Kaldestad Hanstveit

Ellen Sofie Rya Hovland

Fanny Duckert, Universitetet i Oslo

KONTAKT: fanny.duckert@psykologi.uio.no

+ **Vis referanser**

Referanser

Adler, P. A. & Adler, P. (1989). The Gloried Self:

The aggrandizement and the constriction of self. *Social Psychology Quarterly*, 53(4), 299-310.

Baumgardner, A. H. (1990).

To know oneself is to like oneself: Self-certainty and self-affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1062-1072.

Bosma, H. A. & Kunnen, E. S. (2001). Determinants and mechanisms in ego identity development: A review and synthesis. *Developmental Review*, 21, 39-66.

Cast, A. D. & Burke, P. J. (2002). A theory of selfesteem. *Social forces*, 80, 1041-1068. Elkind, D.

(1967). Egocentrism in adolescence. *Child Development*, 38, 1025-1034. Giles, D. (2000). *Illusions of immortality: A psychology of fame and celebrity*. New York: St Martin's Press.

Hill, C. E., Knox, S., Thompson, B. J., Williams, E. N., Hess, S. A. & Ladany, N. (2005). Consensual qualitative research: An update. *Journal of Counseling Psychology*, 52(2), 196-205. Hontvedt, M.

- (2006). Idols flerstemmige budskap: En diskursanalyse av Idols utfordringer til unges literacy. Masteroppgave i pedagogikk. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Jerslev, A. (2004). Vi ses på TV: Medier og intimitet. København: Gyldendal. Kroger, J. & Green, K. (1996). Events associated with identity status change. *Journal of Adolescence*, 19, 477-490.
- Kvalem, I. L. & Wickstrøm, L. (2007). Utvikling i tenårene. I I. L. Kvalem & L. Wickstrøm (red.), *Ung i Norge* (s. 17-32). Oslo: Cappelen akademiske forlag.
- Kvalem, I. L. (2007). Ungdom og kroppsbilde. I I. L. Kvalem & L. Wickstrøm (red.), *Ung i Norge* (s. 33-50). Oslo: Cappelen akademiske forlag. Lapsley, D. K. & Murphy, M. N. (1985). Another look at the theoretical assumptions of adolescent egocentrism. *Development Review*, 5, 201-217.
- Lapsley, D. K. (1993). Toward an integrated theory of adolescent ego development: The new look at adolescent egocentrism. *American Journal of Orthopsychiatry*, 63, 562-571. Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego identity statuses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 551-558. Marcia, J. E. (1987). Identity in adolescence. I J. Adelson (red.), *Handbook of Adolescent Psychology*. New York: Wiley.
- Marcia, J. E., Waterman, A. S., Matteson, D. R., Archer, S. L. & Orlofsky, J. L. (1993). *Ego Identity: A Handbook for Psychosocial Research* (s. 137-231). New York: Springer-Verlag. O'Connor, B. P. & Nikolie, J. (1990). Identity development and formal operations as sources of adolescent egocentrism. *Journal of Youth and Adolescence*, 19, 149-158.
- Schaller, M. (1997). The Psychological Consequences of Fame: Three tests of the self-consciousness hypothesis. *Journal of Personality*, 65, 291-309.
- Siegel, J. T. (2005). The imaginary audience, the personal fable, and a rival hypothesis: An alternative explanation for behavior typical of adolescence. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*, 65, 44-64.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1994) *Grounded theory methodology*. I N. K. Denzin & Y.S. Lincoln (red.), *Handbook of qualitative research* (s. 273-285). Thousand Oaks, CA: Sage. Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research : Grounded theory procedures and techniques* (2.utg.). Newbury Park, CA: Sage.
- Sussman, S., Pokhrel, P., Ashmore, R. & Brown, B. B. (2007). Adolescent peer group identification and characteristics: A review of the literature. *Addictive Behaviors*, 32, 1602-1627.