



MALMÖ HÖGSKOLA
Hälsa och samhälle

"DET BLIR SOM EN KOMPIS."

EN KVALITATIV STUDIE OM UNGA TJEJERS
BLOGGLÄSANDE

HANNA NORRBY
MALIN LÖF

"DET BLIR SOM EN KOMPIS."

EN KVALITATIV STUDIE OM UNGA TJEJERS
BLOGGLÄSANDE

"IT BECOMES LIKE A FRIEND"

A QUALITATIVE STUDY ABOUT YOUNG GIRLS
BLOGREADING

HANNA NORRBY

MALIN LÖF

Löf, M & Norrby, H. "Det blir som en kompis." En kvalitativ studie om unga tjejers bloggläsande. *Examensarbete i socialt arbete 15 högskolepoäng*. Malmö högskola: Hälsa och Samhälle, 2010.

Denna undersökning bygger på en kvalitativ metod och fokuserar på unga tjejer som läser bloggar och deras uppfattning och tolkning av dem. Vi vill undersöka varför unga tjejer läser bloggar, om läsarna ser upp till bloggare och om läsarna är kritiska till någon blogg eller en del av en blogg. Följande frågor intresserar oss då bloggar är ett fenomen som har ökat enormt de senaste åren. I Sverige har 20 procent av unga tjejer en blogg och 69 procent är bloggläsare. Bloggläsarna är en grupp som vi inte vet så mycket om och vi har därför valt att undersöka denna grupp.

Vårt empiriska material består av halvstrukturerade intervjuer med fem informanter. Våra resultat och analyser bygger på en teoretisk ram där vi fokuserar på Giddens och Ziehes teorier kring ungdomar och identitetsutveckling. Vi fokuserar även på Goffmans rollteori och ungdomars livsstilar i dagens samhälle. Materialet är vidare inkluderat i relevant tidigare forskning som kommer från både svensk och internationell forskning. Vi har inriktat oss på forskning om relationen mellan ungdomar och Internet, identitet, bloggar och konsumtion.

Vårt resultat visar att bloggar är en stor del av läsarnas vardagliga liv. Det har blivit ett nytt forum och för dagens ungdomar som har växt upp med Internet, har det varit en naturlig utveckling. Bloggläsarna är väldigt medvetna om sig själva och det som sker runt omkring dem och det kan ske både medvetet och omedvetet. Resultaten visar även att läsarna blir påverkade av bloggar men att de fortfarande är reflekterande. Bloggar kan till exempel vara en hjälp i ungdomars utveckling och kan till och med fungera som en vän. Ungdomars konsumtion påverkas även av att läsa bloggar.

Nyckelord: Blogg, bloggläsande, identitet, Internet, roller, tjejer, ungdomar.

FÖRORD

Vi vill tacka alla våra informanter för ert deltagande, utan er hade det inte blivit någon uppsats. Vi önskar er lycka till efter studenten och med era framtida val. Vi vill även ge ett stort tack till vår handledare Paula Mulinari för ditt engagemang och alla tips och råd som har varit till stor hjälp i vårt uppsatsskrivande.

Hanna Norrby och Malin Löf

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING	5
PROBLEMFÖRMULERING	6
SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	7
METOD	7
Metodologisk ansats	7
Generaliserbarhet, validitet och reliabilitet	8
Urval	8
Tillvägagångssätt	9
Analysmetod	10
Forskningsetik	10
BAKGRUND	11
TIDIGARE FORSKNING	13
Unga, bloggar och Internet	13
Identitet, bloggar och Internet	14
Konsumtion, bloggar och Internet	16
TEORI	18
Ungdomar och identitet	18
Sociala roller	20
Ungdomar och livsstil i dagens samhälle	21
RESULTAT OCH ANALYS	23
Bloggvanor	23
Jag och min kompis	25
Läsaren och bloggen	26
Känsla	28
Kunskap och information	30
Jag och min blogg	31
Bloggkommentarer	32
Konsumtion på grund av bloggar	33
Kritik av bloggar	34
SLUTDISKUSSION	36
REFERENSER	41
Litteratur	41
Elektroniska källor	42
BILAGOR	43
Intervjuguide Bilaga 1	43
Informationsbrev Bilaga 2	45

INLEDNING

Vi har valt att döpa vår uppsats till ”Det blir som en kompis”. Citatet är hämtat från en intervju med en av våra informanter och vi tycker att det tydligt visar vilken stor del bloggar har i unga tjejers vardag.

Två av tre bloggar i världen skrivs av män enligt Technorati. Men i Sverige ser det annorlunda ut och den vanligaste bloggaren är en kvinna mellan 16 och 25 år. Går man längre ner i åldrarna är det ännu vanligare att ha en blogg (Soxbo, 2010). Idag läser 69 procent av unga svenska tjejer i åldern 16-25 år dagligen eller flera gånger i veckan bloggar och 20 procent har eller har haft en egen blogg (WII, 2009). Rapporten visar att skrivandet och läsandet av bloggar har blivit en regelbunden aktivitet för unga tjejer och en del av deras vardagsanvändande av Internet och det är den här gruppen som dominerar inom bloggofären. Samtidigt läser 37 procent i åldern 16-74 år bloggar vilket motsvarar cirka 2,2 miljoner svenskar (a a, SCB, 2008). Bakgrunden till att allt fler läser bloggar kan bero på en ökning av Internettillgången. Idag har 96 procent i åldersgruppen 18-25 år tillgång till Internet och det är även här bland de yngre grupperna som Internettillgången ökar mest (WII, 2009).

Vårt intresse för bloggar och bloggläsare väcktes under samtal där vi båda uppmärksammat bloggarnas genomslagskraft och utbredning. Vi är själva bloggläsare och är väl insatta i bloggofären. Vi blev intresserade av att undersöka hur unga bloggläsare uppfattar bloggar, varför man läser en blogg och om bloggarnas liv har någon påverkan på läsare. Det har skrivits många uppsatser och artiklar som belyst fenomenet bloggar och de som skriver bloggar. Det finns dock betydligt färre som undersökt bloggläsarna och det är ett perspektiv vi finner väldigt intressant. Det är intressant för oss då det dels inte finns så mycket forskning om det och dels för att antalet som läser bloggar idag är otroligt stort. I slutfasen av vårt uppsatsarbete lanserades boken *Dagens outfit – och andra inlägg i modebloggsdebatten* av Maria Soxbo (2010). Boken handlar om modebloggens utbredning i Sverige och varför den svenska modebloggen är världsunik. Att en sådan här bok lanseras idag anser vi är väldigt intressant då det verkligen visar hur uppmärksammat och ”rätt i tiden” fenomenet bloggofären är.

Vi anser att vårt ämnesområde är relevant för socialt arbete då Internet idag har en otroligt stor betydelse för unga tjejer. Bloggar är det nya forumet på Internet för ungdomar att förmedla sina åsikter, intressen och skapa nya kontakter. Ungdomarna som är på väg ut i vuxenvärlden befinner sig i en process där man utvecklar och skapar sig en egen identitet. Vi vill försöka undersöka om unga tjejers identitetsskapande kan påverkas av bloggar. Detta har väckt intresset för den sociala aspekten och problematiken med hur bloggar och identitetsskapande hör ihop.

PROBLEMFÖRMULERING

”Ibland blir jag tokig av den här bloggvärlden. Jag hittar en blogg med någon som bor mycket vackrare än jag själv. Som verkar ha massa kosing att anlita hantverkare för. Man läser om någon som är sådär provocerande naturligt smal och undrar varför man inte är likadan. En bloggare syr alla sina kläder själv och är förstås mer begåvad än Lars Wallin. En annan bloggare har precis det långa hår som jag vill ha men aldrig kan få. En kvinna har tre välartade barn och inte en bristning på magen. Och några har det perfekta förhållandet och vaknar magiskt kära var eviga morgon. Oftast blir jag peppad, inspirerad och glad av att läsa bloggar men ibland blir jag också missunnsam, nedslagen och stressad. Man når ju omöjligt upp till den där nivån. Det är så lätt att jag glömmer att bloggare är vanliga människor med vanliga problem. Så för att påminna mig själv och andra: bloggar visar bara upp fragment av verkligheten. För att vi inte orkar, vill eller vågar exponera mer. Då väljer man det vackraste. Det gör de allra flesta. Glöm inte bort det.” (www.folkbladet.nu, 2010-05-17)

Clara Lidström beskriver i sin blogg Underbara Clara hur även hon som bloggare upplever att den bild bloggare förmedlar kanske inte alltid är den sanna. Som bloggare kan man välja att visa upp välutvalda delar av sig själv och sitt liv. Vi anser att detta är väldigt intressant då vi vill undersöka hur läsarna ser på bloggar och om de anser att bloggar påverkar dem.

En aspekt av den utbredning bloggar har är att de allt oftare syns i media och reklam. Bloggerskor används som varumärke både för sig själva och för andra. Klädesplagg som blivit omnämnda i bloggar eller burits av bloggerskor säljer slut i butiker över hela landet och efterfrågan på plagget blir så pass hög att det senare kan säljas vidare på köp- och säljsajter som till exempel Tradera, för högt över inköpspriset. Vi tror att unga bloggare kan visa upp en livsstil som uppfattas som spännande för unga läsare. De tjänar pengar på sin blogg och lever ett liv som kan uppfattas som väldigt ”vuxet”.

I vår uppsats har vi valt att undersöka unga tjejers bloggläsande men vi har inte valt att rikta in oss på ett genusperspektiv. Vår undersökning omfattar tjejer på grund av att det är tjejerna som dominerar bland bloggläsarna. Det hade varit intressant att undersöka vårt material utifrån ett genusperspektiv men då tiden är knapp så har vi valt att utgå från en annan frågeställning. Vi vill i denna uppsats istället analysera bloggarens ur ett annat perspektiv. Det som intresserar oss är att undersöka hur läsare själva uppfattar bloggerskorna och deras livsstil, om de eftersträvar att leva som bloggerskorna och om bloggläsande kan påverka läsares identitetsskapande. Dessa tankar och funderingar har vi preciserat och de mynnar ut i vårt syfte och våra frågeställningar.

SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Syftet med vår uppsats är att undersöka och analysera hur unga tjejer som läser bloggar, tolkar och uppfattar dessa. Syftet konkretiseras genom följande frågeställningar:

- Vad är det som gör att unga tjejer läser bloggar?
- Uppfattas bloggerna som förebilder för läsarna?
- Är läsarna kritiska till någon blogg eller delar av en blogg?

METOD

I följande avsnitt presenterar vi vår metodologiska ansats där generaliserbarheten validiteten och reliabiliteten i vår uppsats problematiseras. Vårt urval, tillvägagångssätt och analysmetod beskrivs och avslutningsvis förs en diskussion om de etiska överväganden vi gjort.

Metodologisk ansats

Den här uppsatsen bygger på en kvalitativ metod i form av intervjuer. Vi valde att använda oss av denna metodologiska ansats för att få en omfattande beskrivning av våra informanternas upplevelser. Vi anser att metoden ger oss möjlighet att komma närmare våra informanter och att samspelet mellan oss forskare och informanter blir mer personligt. Informanterna kan förmedla sina upplevelser till oss ur sina egna perspektiv och med egna ord, vilket vi anser är av stort vikt för det material vi ska samla in (Kvale, 1997).

Syftet med kvalitativ forskning är att åstadkomma en annan och djupare kunskap än den mer översiktliga kunskap som man ofta får vid kvantitativ metod (Patel & Davidson, 2003). Kvalitativ och kvantitativ metod är verktyg som används på olika sätt beroende på vilka forskningsfrågor man har (Kvale, 1997). Den kvalitativa forskningen kan klargöra ett fenomenets karaktär, egenskaper, innebörd eller mening medan den kvantitativa mer syftar till att fastställa mängder, förekomst och frekvens. Det vi är intresserade av är att förstå innebörden och att klargöra den (Widerberg, 2002). En kvalitativ metod innebär att man kontinuerligt låter insamling av material och analysen av det ske samtidigt. Man måste själv delta i datainsamlingen och vara i den sociala verklighet som ska studeras. Det är då man får en bra förståelse för materialet (Rosengren & Arvidson, 2005). Om vi hade använt oss av en kvantitativ metod anser vi att vi inte hade kunnat få lika omfattande svar från informanterna. I en kvantitativ metod hade tillvägagångssättet varit enkäter och då är det inte möjligt att ställa följdfrågor vilket bidrar till mer översiktliga resultat (Kvale, 1997). Då vi är intresserade av att tolka och förstå centrala teman i informanternas livsvärld anser vi att en kvalitativ metod lämpar sig bäst för oss.

Intervjuer som metod är ett verktyg som ger mycket kunskap om människors upplevelser och beteenden och genom att välja denna metod tror vi att den kommer att besvara vårt syfte väl (a a). Kvalitativa intervjuer ger informanten möjlighet att svara på frågorna med sina egna ord och både intervjuare och den intervjuade är medskapare i samtalet. Kvalitativa intervjuer syftar till användandet av det direkta mötet mellan forskare och informant och det som utmärker den kvalitativa intervjun är att man följer upp de delar av materialet som ger förklaringar till fenomenet (Patel & Davidson, 2003).

Generaliserbarhet, validitet och reliabilitet

Då vi har ett begränsat material kan vi inte ge en generell bild av det område vi undersöker men det är inte heller det vi strävar efter. Vi vill istället gå på djupet, exemplifiera, ge en god inblick och väcka nya tankar om vårt område och det är därför vi valt en kvalitativ ansats (Patel & Davidson, 2003, Rosengren & Arvidson, 2005). Vårt begränsade material påverkar som sagt generaliserbarheten i uppsatsen men vi hoppas att vårt resultat kommer att visa på en bredd i våra resonemang och kan komma att användas för vidare forskning (Kvale, 1997).

I genomförandet av vår uppsats har vi problematiserat validiteten och reliabiliteten. Det är väsentligt för oss då vi vill att vår forskning ska bli legitim. Under uppsatsarbetet har vi problematiserat validiteten vilket är särskilt viktigt i en kvalitativ forskning. Både validitet och reliabilitet är begrepp som är sammanflätade med varandra i den kvalitativa forskningen och validiteten är den som oftast har störst betydelse (Patel & Davidson, 2003). Det innebär att vårt empiriska material måste stämma överens med teorin och att det vi vill undersöka också blir undersökt (Kvale, 1997, Rosengren & Arvidson, 2005). För att få en valid forskning har vi varit noga vid transkriberingen av intervjuerna och skrivit ut dem ord för ord precis så som informanterna har sagt och vi har heller inte ändrat något i informationen vi mottagit (Kvale, 1997, Patel & Davidson, 2003). Validiteten innebär också att vi som forskare ifrågasätter meningen i de svar vi får under intervjuerna. Vi anser att det är betydelsefullt att informanterna kan gynnas av den kunskap vi producerat och att de inte ska lida av några negativa konsekvenser och om detta uppnås blir forskningen valid (Kvale, 1997).

Att ha hög reliabilitet betyder att tillförlitligheten är stor i det man undersökt. Brister i reliabiliteten kan finnas om man ställt ledande frågor då det kan påverka informanternas svar. För att undvika detta har vi varit noga vid utformandet av vår intervjuguide (Bilaga 1) som går att läsa mer om i kommande avsnitt. Vid intervjutillfällena följde vi vår intervjuguide och ställde frågorna i den följd de var vilket vi tror ökade tillförlitligheten. Vi omformulerade dock frågorna vid några tillfällen. De ställdes inte exakt likadant vid varje intervjutillfälle som de hade gjorts i en enkät, vilket skulle kunna ha påverkat vårt resultat. Det behöver inte alltid vara frågorna under en intervju som kan vara ledande utan även forskarnas kroppsspråk och här har vi också varit noga med att vara neutrala för att inte påverka informanterna. Andra brister i reliabiliteten kan vara att man bygger forskningen på subjektiva tolkningar och att den därför inte går att lita på. I vår uppsats har vi försökt att vara öppna, kritiska och objektiva när vi samlat in material och analyserat detta (a a).

Om vi hade haft mer tid i vår undersökning hade vi kunnat få ett större och djupare material som hade kunnat ge oss en större generaliserbarhet. Vi hade även kunnat få en ännu större förståelse för området genom mer tidigare forskning och inläsning av området och kunnat föra en djupare analys av empirin.

Urval

Vårt urval av informanter består av tjejer som är över 18 år. Orsaken till att vi valt tjejer är som tidigare nämnt att de dominerar i bloggofären. Majoriteten som läser eller skriver bloggar är tjejer i åldern 16-25 och det är därför vi vill undersöka denna målgrupp (WII, 2009). Kriterierna vi har haft för att hitta informanter har varit att de ska vara tjejer, vara över 18 år, bo i Malmö eller i närheten och att de läser bloggar. Våra informanter går sista året på gymnasiet på gymnasieskolor i Malmö. För oss är denna målgrupp intressant eftersom de är på väg ut i vuxenlivet men fortfarande är ungdomar och kan välja hur de vill anpassa sig till

vuxenvärlden. Att välja tjejer över 18 år är ett strategiskt val av oss då vi inte behöver inhämta föräldrars samtycke.

För att hitta informanter tog vi först kontakt med rektorn på en stor kommunal gymnasieskola i Malmö. Efter att ha fått rektorns samtycke satte vi upp affischer på skolan med information om vår uppsats. Affischerna delades även ut till lärare i avgångsklasserna som informerade sina elever. Då det har varit svårt att finna informanter genom detta tillvägagångssätt började vi leta upp bloggerskor på bloggtoppen.se och på devote.se. Det är hemsidor där bloggar listas utifrån popularitet och genre och där det även finns information om bloggarna. Vi letade efter bloggerskor som bor i Malmö eller i närheten. De bloggar vi fann skickade vi mail till och frågade om de skulle kunna publicera vår efterlysning på sin blogg för att på så vis kunna hitta informanter. Sammanlagt mailade vi 26 bloggerskor. Några av bloggerskorna hörde av sig och tackade ja till att ställa upp på en intervju då de själva läser bloggar. Vi hittade även informanter genom en kontakt som går sista året på gymnasiet och som vidarebefordrade vårt informationsbrev till tjejer på sin skola. Våra informanter har dels valts ut slumpmässigt då bloggerskor i Malmöområdet har kontaktats och dels efter tillgänglighet. Med tillgänglighet syftar vi på de informanter som vi lyckades få tag på via kontakter och via hemsidorna (Kvale, 1997).

Tillvägagångssätt

Efter att ha hittat våra informanter var det dags för intervjuer. Plats för intervjuerna bestämde informanterna själva och de har hållits på deras skolor men även på café. Då vi valt intervjuer som metod utformade vi en intervjuguide som är halvstrukturerad med tretton intervjufrågor och ett antal följdfrågor. Anledningen till att vi valde en halvstrukturerad intervjuguide är för att det tillåter oss vara mer spontana och om vi kommer på frågor under intervjun så finns det möjlighet att ställa dem. De inledande frågorna i intervjuguiden är konkreta frågor som är av allmän karaktär och enkla för informanten att svara på och sedan följer mer analytiska frågor. Frågorna består bland annat av direkta frågor, uppföljningsfrågor, följdfrågor och tolkningsfrågor. Vi har utformat guiden på ett vis så att vi ska få så uttömmande svar som möjligt som täcker alla aspekter av våra frågor. Olika typer av frågor hjälpte oss att framkalla spontana beskrivningar hos informanten och det är dem vi är intresserade av (Kvale, 1997). Det var även viktigt för oss att inte ha med frågor som skulle kunna missuppfattas av informanterna (Patel & Davidson, 2003).

Intervjuerna spelades in med diktafon efter att ha inhämtat informanternas samtycke till detta. Vi valde att spela in intervjuerna för att få med hela samtalet och för att kunna fokusera på samtalet istället för att anteckna under intervjun. När vi träffade våra informanter inledde vi med en kort presentation av oss själva, av projektet och hur intervjumaterialet kommer att användas. Man kan kalla det för att vi gjorde en sammanhangsmarkering (Lundsby, 2000). Intervjuerna tog cirka en halvtimme till en timme att genomföra och samtalen flöt på bra. Att vi båda är bloggläsare och inför uppsatsen läst mycket bloggar tror vi underlättade under intervjuerna. Eftersom vi kände till många av de bloggar informanterna berättade om behövde de inte avbryta sina berättelser för att förklara till exempel vem bloggaren var och vi tror det blev en ökad förståelse oss emellan på grund av detta.

Analysmetod

För att analysera vårt material använde vi oss av den hermeneutiska analysmetoden. Det innebär att vi redan innan vi började analysera vårt material har en förförståelse för det. Vi har tankar och kunskap om vårt ämne och detta är en förutsättning för att kunna tolka och förstå vårt material. Vi tyckte att detta passar bra då vi spontant hade gjort på detta vis och att det hör ihop med den metodologiska ansatsen vi valt (Patel & Davidson, 2003). När vi bestämde vårt uppsatsämne så hade vi redan en hel del kunskap om bloggar och vilka som läser dem. Vi hade tankar och åsikter om vad vi tycker om detta och det anser vi är en tillgång i vår analys. Dock tycker vi det är viktigt att vi under arbetets gång är öppna för nya insikter och infallsvinklar. I hermeneutiken ser man materialet i sin helhet och helheten är summan av delarna. Man växlar mellan delarna och helheten för att få en så bred bild och fullständig förståelse som möjligt.

När intervjuerna var genomförda transkriberade vi dem, vilket innebär att vi skrev ut hela intervjuerna ord för ord. Sedan läste vi in oss på hela materialet för att kunna förstå helheten. Vi fortsatte med detta men läste även delar av intervjuerna för sig och gick tillbaka till teman och uttryck som fanns där för att utveckla meningen av dem och sedan tillbaka till helheten igen. Det här analyssättet kallas för den hermeneutiska spiralen eller cirkeln. Förståelsen av en text sker i en process där delarnas mening bestäms av textens helhetliga mening. Delarna kan förändra helhetens mening som i sin tur kan förändra delarna och så fortsätter det tills man nått den förståelse man anser är den riktiga (Kvale, 1997).

I hermeneutiken kan man även sätta sig in i informanternas synsätt och pendla mellan detta och sitt eget för att kunna få en så bra förståelse som möjligt för informanterna. Under tiden man gör detta är det viktigt att man använder sin egen förförståelse som ett komplement i tolkningen av materialet. För att lyckas med att sätta sig in i informanternas synsätt krävs det att forskaren har empati och medkänsla och man ska se både informanterna och sig själv på samma nivå. Det vi ville uppnå med vår analysmetod var att få fram meningen av informanternas uttalanden och förstå vad de säger om sin livsvärld och det är det som är hermeneutikens mål (Patel & Davidson, 2003, Rosengren & Arvidson, 2005, Starrin & Svensson, 1994).

Forskningsetik

De forskningsetiska frågor vi har funderat över i vårt uppsatsarbete är hur vi ska kunna värna om informanternas integritet på bästa sätt. Vi började med att inhämta rektorns samtycke på gymnasieskolan för att kunna sätta upp affischer. På affischerna informerade vi om vår uppsats, vilka vi sökte, att det var frivilligt och att informanterna skulle vara anonyma i uppsatsen. I informationsbrevet som skickades till informanterna i förväg fanns förutom ovanstående information även vår skolas kontaktuppgifter, våra egna kontaktuppgifter, hur intervjun skulle genomföras och i vilket syfte undersökningen utförs.

Vid intervjutillfällena började vi med att inhämta ett skriftligt samtycke från informanterna och upplysa dem om att alla uppgifter behandlas konfidentiellt vilket betyder att det inte kommer att vara möjligt att identifiera dem och att inga uppgifter kommer att lämnas till någon utomstående. I uppsatsarbetet och när resultatet presenteras kommer vi att använda fingerade namn. Informanterna kommer att få andra namn än deras egna för att göra det personligt samtidigt som informanterna hålls anonyma. Informanterna blev tillfrågade om de godkände att vi spelade in intervjun, de blev informerade om vår uppsats syfte, vad deras medverkan kommer att innebära och att deras medverkan är frivillig och att den

när som helst kan avbrytas. Vi påpekade även vikten av informanternas medverkan och att den spelar stor roll för vår uppsats (Ejvegård, 2003, Patel & Davidson, 2003).

I vårt uppsatsskrivande har vi även tagit hänsyn till nyttjandekravet som innebär att forskningen endast ska användas i det vetenskapliga syfte som den är avsedd för. Kommersiell användning eller beslutsfattande som påverkar informanten är inte acceptabelt. Den information vi har fått från våra informanter har sparats på våra privata datorer vilket innebär att ingen utomstående har möjlighet till vårt material. Då vi har begränsad information om informanterna anser vi att vi värnar om deras integritet. Relationen mellan oss som forskare och våra informanter anser vi har varit avslappnad och vi uppfattar inte vårt ämne som etiskt känsligt då det inte berör några terapeutiska frågor och därmed anser vi inte att någon av informanterna kan komma till skada (Kvale, 1997).

Som forskare har vi funderat över hur vår roll kan påverka undersökningen. För att forskarrollen inte ska påverka forskningen negativt har vi under forskningsprocessen varit noga med att hålla distans till informanterna och informationen vi fått av dem. Orsaken är att vi inte vill påverkas eller identifiera oss för mycket med informanterna. Vi har i yttersta mån försökt upprätthålla våra informanters anonymitet och att vår uppsats inte ska påverka våra informanter negativt (a a).

BAKGRUND

I följande kapitel förklarar vi vad en blogg är, bloggens historia och hur den används idag för att ge en bakgrundsförståelse till läsaren. Till sist förklarar vi de begrepp som kommer att användas i uppsatsen.

På hemsidan bloggtoppen.se finns en lista över de tio mest besökta bloggarna i Sverige. Där kan man se att åtta av tio bloggar drivs av unga tjejer. Då majoriteten av bloggarläsarna i vår undersökta målgrupp läser bloggar som skrivs av tjejer har vi valt att använda oss av uttrycket bloggerska när vi beskriver tjejen/kvinnan som skriver bloggen. Bloggerska är ett uttryck som benämner kvinnliga bloggare och kommer från ordet bloggare. Så här beskriver Kenza som driver den mest besökta bloggen sig själv och sin blogg på bloggtoppen.se: ”En blogg om min vardag, mode och shopping m.m. Är en 17-årig halvmarockansk modell som älskar att plåtas & shoppa. Har en urgullig liten chihuahuavalp som heter Armani.”. Kenzas blogg hör till den allmänna genren och hon har 1 176 496 läsare i veckan (www.bloggtoppen.se, 2010-05-08). Det finns en mängd olika hemsidor där man kan registrera sin blogg för att få statistik på hur många besökare bloggen har. [Bloggtoppen.se](http://bloggtoppen.se) är ett exempel på en sådan hemsida.

Blogg är ett fenomen som uppkom i mitten på 1990-talet och är en sorts dagbok på Internet. En bloggare är den person som skriver bloggen och ordet blogg kommer från det engelska ordet weblog och det svenska webblogg. Nätverket av bloggar på Internet brukar kallas för bloggösfären. En blogg karakteriseras av inlägg med text och/eller bilder som publiceras i omvänd kronologisk ordning där det senaste inlägget hamnar överst och som uppdateras kontinuerligt. Blogginläggen har datumangivelser och bloggen ger ofta möjlighet för läsarna att kommentera inläggen och författaren av bloggen kan, om den vill, även svara på dessa kommentarer (Våge, Stattin & Nygren, 2005). Innehållet i en blogg kan handla om precis vad som helst. Den kan handla om mode, skvaller, politik, teknik eller personliga händelser.

Den vanligaste genren är enligt World Internet Institute senaste undersökning, *Svenskarna och Internet 2009*, livsstilsgenren. World Internet Institute (WII) är ett svenskt forskningsinstitut som ägnar sig åt samhälls- och beteendevetenskaplig forskning med fokus på Internet och dess påverkan på människa och samhälle. Varje år kartlägger och undersöker de svenskarnas Internetvanor och deras senaste forskningsrapport heter *Svenskarna och Internet 2009*, (2009). 64 procent av bloggarna i Sverige är så kallade livsstilsbloggar, som handlar om bloggaren själv och hans eller hennes vardagsliv inklusive shopping, nöjen, jobb, fritid och resor. En av fyra bloggar fokuserar på ett speciellt område så som musik, foto, spel, konst eller litteratur. Bloggar som är inriktade på politiska frågor hör till en mindre andel på 6 procent. Den vanligaste bloggformen är att blogga med text och/eller med bilder men bloggar kan även bestå av endast bilder eller ljud och film (Våge, Stattin & Nygren, 2005).

Att skapa en blogg är relativt enkelt och oftast gratis. Det enda som krävs är att man registrerar sig på en blogg tjänst och väljer vad bloggen skall heta. På blogg tjänsten kan man sedan få hjälp med att designa och utforma sin blogg med enkla verktyg. Den första och den mest populära blogg tjänsten där man kan skapa en blogg är blogger.com (Rettberg, 2008). I Sverige finns det cirka 400 000 människor som skriver en blogg men det finns många bloggar utöver dessa ute i blogg sfären som skapats men bara använts en gång. Därför är det svårt att räkna exakt hur många bloggar det finns (WII, 2009).

2005 sade Eleonore Nygårds upp sig från sitt arbete för att bli modebloggare på heltid och skapade historia då hon blev den första heltidsanställda bloggaren. Tidigare hade bloggen setts som ett fritidsintresse men nu blev bloggare ett yrke. Idag finns det ett antal unga tjejer som bloggar på heltid och vars hela inkomst baseras på bloggen och de kallas för professionella bloggare. De får antingen månadslön från hemsidan deras blogg ligger på eller så har de en egen hemsida och sköter annonsfaktureringen själva (Soxbo, 2010). Idag syns bloggerskor allt oftare i media. De pryder omslag på tidningar, deltar i annonskampanjer, har egna kläd- och skomärken, ger ut böcker och deltar i allt från underhållnings- till debattprogram på tv. Stora kläd kedjor som t.ex. H&M väljer att sponsra bloggerskor genom att ge dem klädesplagg från deras limiterade kollektioner en tid innan de släpps i butik. På så vis fungerar de som reklampelare för företaget. Responserna efter att en bloggerskor visat upp en ”dagens outfit”-bild med kläderna och berättat vilket datum kläderna släpps brukar vara enorm. När dessa kollektioner släpps är det tjejer som köar i timmar för att få en chans att köpa kläderna och de som inte lyckas kan redan samma dag köpa plaggen för mer än det dubbla priset på köp- och säljsajter. Dagens outfit är ett vanligt förekommande blogginlägg. Det är en bild på klädvalet för dagen ofta ackompanjerat med information om märkena på plaggen. Dagens outfit kan även kallas för ”dagens” (Soxbo, 2010).

TIDIGARE FORSKNING

Här presenteras delar av den tidigare forskningen som vi finner relevant för vårt ämnesområde. Den litteratur vi har utgått från är böcker, uppsatser, rapporter och artiklar som vi hittat via artikelsök. Områdena vi har riktat in oss på är forskning om unga, bloggar och Internet, identitet, bloggar och Internet och konsumtion, bloggar och Internet. Forskning om bloggar är ett nytt område och därför finns det ännu relativt lite forskning. Vi anser att det finns en brist i den tidigare forskningen när det gäller forskning om blogggläsarna. Därför vill vi komplettera med att presentera forskning om hur unga använder Internet generellt men även forskning om bloggar. Vi ser gärna att det kommer mer forskning om blogggläsare och hur de kan påverkas. Det är även relevant att forska mer i hur blogggläsare påverkas av bloggares konsumtion och den marknadsföring de använder sig av.

Unga, bloggar och Internet

Även om det idag finns relativt lite forskning om bloggar finns det en omfattande teoretisk diskussion kring Internets roll och betydelse i det senmoderna samhället. Enligt sociologen Giddens (2003) har Internet förändrat vår vardag, gränserna mellan det lokala och det globala har suddats ut och vi har fått nya kommunikationskanaler att interagera på. Han menar att Internet skapar nya former av relationer där man inte behöver umgås ansikte mot ansikte. På Internet kan man vara anonym och prata med människor som har gemensamma intressen och sådana relationer kan utvecklas till att bli elektroniska vänskapsrelationer. Internet bidrar även till att avstånd och separation blir enklare då man kan hålla kontakten via Internet fast man befinner sig på olika ställen av jorden (a a).

Fokus på Internets roll som upplösande av tid och rum och skapandet av ett nytt forum är en aspekt som belyser mycket av den forskning som finns om unga och Internet. .SE-stiftelsen är en stiftelse som ansvarar för Internets svenska toppdomäner och sammanställer bland annat publikationer om Internet samt statistik över Internetanvändning. I deras guide, *Ungas integritet på nätet – en guide för föräldrar, pedagoger och andra viktiga vuxna* (Lindqvist & Thorslund, 2008), kan man läsa att Internet har blivit en ny typ av medier som skiljer sig från andra genom att Internet möjliggör för interaktion och kommunikation. Det har blivit en självklar del av ungas liv idag och det är där de träffar sina vänner och umgås. Internet är en arena där unga kan skapa sig en identitet genom att exempelvis lägga upp bilder och berätta om vilken musik man gillar.

Ungdomar använder idag Internet för nöjen, kunskap, kommunikation och shopping. I och med Internet utvecklas unga snabbare än tidigare och de har blivit allt mer medvetna. Det här förklarar Don Tapscott i sin bok *Growing up digital: the rise of the net generation* (1998). Tapscott redogör för den nya Internetgenerationen och ungdomars olika kulturer på Internet. Hans centrala teman handlar om att ungdomar på Internet är självständigare. De söker information och har en aktiv roll istället för att endast motta information. När unga är på Internet uttrycker de känslor. Det är främst unga tjejer som är personliga på Internet och använder det för att få hjälp och råd av andra unga. Det kan dock bli problematiskt menar Tapscott då de inte vill hantera reaktionerna de får men dessa kan dem undvika genom att vara anonyma. Han menar att Internet gör att ungdomar blir inkluderade socialt snarare än tvärtom, de kan träffa nya människor och skapa nya kontakter med folk från hela världen.

Tapscott (1998) beskriver att med Internet blir unga allt mer innovativa, de vill göra saker bättre och reklamföretag har utvecklat nya hemsidor med bland annat e-tidningar. Ungdomar mognar fortare med Internet och de anstränger sig även för att göra det. På Internet är inte personens ålder centralt så unga får möjligheten att uttrycka sig utan att bli sedda utifrån deras ålder. Ett problem Tapscott (a a) ser med att unga söker allt mer information på Internet är att de inte är tillräckligt kritiska eller reflekterande över det som finns på Internet. Det kan leda till att de påverkas negativt.

Cecilia Löfberg redogör i sin pågående forskning om att vara ”Synlig och osynlig i cyberrummet” (www.slideshare.net, 2010-04-17). Hon beskriver att vara ung på Internet innebär att befinna sig på en plats med flera budskap där man kan kommunicera utan fysiska markörer. Det kan liknas vid att man blir kroppsbefriad och man rör sig i en privat sfär trots att det är en del av ett gemensamt sammanhang. Man blir osynlig på Internet och behöver inte följa de typiska normer som finns för unga. Fördelarna med detta är att unga kan skapa en synlighet där de kan uttrycka saker som de i verkligheten kanske inte vågar och de kan framställa sig själv som mognare.

Kommunikationen som sker på Internet är interaktiv och sker i en specifik kontext. Här existerar inte de fysiska tids- och rumsaspekterna och när unga är på Internet kan de framställa sig på ett sätt som inte existerar i verkligheten. Genom interaktion med andra kan man starta samtal där man till exempel kan agera så att man verkar mognare. Löfberg (a a) hävdar att på Internet kan det vara enklare att uttrycka sig när man inte ser varandra. Man kan även vara mer privat och våga prata om sådant man annars inte vågar. Läsarna får ett handlingsutrymme som de kan använda på sina egna sätt.

I World Internet Institutes senaste rapport om *Svenskarna och Internet* (2009) diskuteras det att Internetanvändning inte verkar ha något samband med ett minskat socialt nätverk. De har sett att människor som använder Internet istället verkar ha mer sociala kontakter med andra om man räknar in kontakter med andra människor via nätet i socialt umgänge. De beskriver hur Internet har fått en allt större del i ungas sociala nätverk. Idag kan en ungdom lika gärna umgås med sin kompis på Internet istället för att åka hem till den och även andra sociala nätverk används för allt fler syften bland unga.

Kommunikationen som riktar sig över Internet och kan gå ut över hela världen används mest enligt WII (a a) för att prata med nära vänner och det gäller även bloggar där de nära vännerna utgör 58 procent av läsekretsen. Bloggandet är en öppnare form av kommunikation på Internet och idag är det en aktivitet som har ökat bland befolkningen men i förhållande till andra länder är den fortfarande låg. Men trots låga siffror har bloggandet en stor betydelse då det är så många fler som läser bloggar och kommenterar dessa än som själva bloggar.

Identitet, bloggar och Internet

Att vara kroppsbefriad eller kroppslös på Internet är begrepp som Brigitte Sørensen och Brigitte Olesen diskuterar i sin bok *Børn i en digital kultur: forskningsperspektiver* (2000). De menar att identiteten tidigare har varit starkt kopplad till kroppen men i och med ungas ökade tillvaro på Internet kan de utveckla sin identitet utan att deras kropp behöver spela någon roll. Möten ansikte mot ansikte kan vara pinsamt men på Internet kan man vara sig själv på ett annat sätt då kroppen och utseendet inte behöver bli en del av mötet. Den kroppslösa

identiteten visas mer och mer på bloggar där de framställer sig själva på olika vis genom medier, genrer och stilar. De skapar en virtuell identitet med hjälp av bilder, text och ljud på bloggen där de kan visa upp en visuell personlighet.

På Internet kan unga konstruera och pröva olika identiteter. De skapar nya sociala relationer som är både reella och fiktiva och pratar på Internet istället för i telefon med sina vänner. De skiljer på reella nätvänner som vet vem man är och på påhittade nätvänner som man lärt känna genom en fiktiv roll tillsammans med andra människor som har en fiktiv roll. Med de olika Internetvännerna pratar man om olika saker och det kan skapas nya former av sociala relationer. Med anonymiteten ges det möjlighet att uttrycka aspekter av sig själv man inte tidigare vågat uttrycka, utforska sig själv och att testa nya identiteter.

Enligt Sörensen och Olesen (2000) är identitetsskapande en process som är konstant och följer hela livet medan identiteten är provisorisk och kan ändras. För unga tjejer kan deras användning av Internet vara ett medel för att utveckla deras självförståelse genom tolkning, sociala relationer och kommunikation. Datorn och Internet har blivit en del av kulturen i våra samhällen och unga använder sig av dem för att skapa mening och sammanhang i sina liv. På Internet har de unga själva makten över de ramar de verkar inom och det sker på ett interaktivt plan där de samlar erfarenheter om sig själva.

Sherry Turkle är en av USA:s ledande psykoanalytiker och hennes senaste bok *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, (1995) eller *leva. online* (1997) som den heter på svenska, baseras på hundratals intervjuer med studenter från Massachusetts Institute of Technology om hur deras liv i datorn ser ut.

Hon förklarar hur identiteten kan ha betydelse i den tid vi är i nu där Internetanvändare kan använda sig av flera olika identiteter. Det är svårt att veta om bloggare är ärliga och om de visar upp en verklig bild av sig själva eller använder sig av skapade identiteter som bara används på Internet. Turkle (1997) förklarar skillnaden mellan den reella och artificiella världen. I den reella utgår allting från det egna jaget, en fysisk värld med ett individbaserat och centraliserat jag-perspektiv. Den artificiella, virtuella världen erbjuder däremot ett decentraliserat jag. På Internet, kan jaget dela på sig och uppträda under olika personligheter och identiteter. I den här miljön behöver man inte hantera de problem som kan finnas i den reella världen och det blir därför en värld utan problem och bekymmer. Anonymiteten spelar en viktig roll på Internet enligt Turkle (a a), då den ger människor möjlighet att testa olika identiteter. För en del människor är Internet det enda sociala sällskapet de har i sina liv.

Turkle (1995) beskriver den virtuella socialiteten som en ny form av gemenskap där man kan omskapa sitt liv och utforska sin personlighet och identitet tillsammans med andra på Internet. Hon menar att det inte är något negativt att använda sig av olika identiteter, att unga på Internet har roligt och är medvetna om vad de gör. De utvecklar och kommunicerar med sina jag och hon menar att Internet handlar om acceptans och en större gemenskap.

Tapscott (1998) som vi nämnt tidigare resonerar även han om hur unga på Internet kan använda sig av flera olika identiteter. Unga kan ha flera fönster uppe samtidigt på Internet och de kan ha olika personligheter på alla. De vågar mer på Internet och kan utveckla sig själva. Men konsekvenserna av detta kan bli att unga börjar bete sig obetänksamt för på Internet spelar det inte så stor roll hur man betar sig. På Internet kan man ha nio liv men inte i verkligheten. På Internet kan du vara elak mot en vän men då kan du också mista den i verkligheten. Han menar att unga måste börja tänka på sina handlingar online och vad de kan ha för

konsekvenser. Tapscott (a a) förklarar att den nya generationen kan bli mycket bättre på att hantera sina olika identiteter än tidigare och att Internet är bra för unga och deras utveckling av identiteten. De har nya verktyg för att utveckla sig själva och Internet hjälper dem att gå igenom tonåren och att bli vuxna.

I artikeln *The Psychology of Blogging: You, Me and Everyone in Between* (2008) beskriver författarna Laura Gurak och Smiljana Antonijevic hur bloggar interagerar mellan det individuella, det kollektiva, det personliga och det offentliga. De menar att det mest intressanta sättet att studera bloggar på är att studera blandningen av det privata och det offentliga. Författarna har sett att bloggen möjliggör för ett skapande av både individuella identiteter och gruppidentiteter. Genom omfattande och ofta personliga beskrivningar av vardagshändelser tillsammans med bilder skapar bloggaren antingen medvetet eller omedvetet, en individuell identitet på Internet. Skapandet av bloggarens gruppidentitet sker genom att länka till andra hemsidor eller bloggar, kommentarer på bloggen och att formulera gemensamma normer på bloggen.

Precis som andra författare beskrivs det i den här artikeln hur Internet har blivit en större del av ungdomars liv och att ungdomar idag börjat använda sig av bloggar på samma sätt som de använt Internet. Den populäraste genren inom bloggösfären är den om bloggaren själv och författarna menar att förhållandet mellan bloggaren och läsarna är intressant att undersöka. Bloggar är till skillnad från andra Internetområden konstruerade av ”processen om mig”. På en chatt sker interaktionen mellan personerna här och nu men på bloggen sker det här och nu men även under en längre tid då inläggen sparas i arkiv på bloggen. Bloggen är en tvåvägskommunikation genom att man dels kan skriva av sig som i en dagbok och som man kan titta tillbaka på och dels genom att man kan skriva om sig själv i interaktion med läsarna. Till skillnad från en dagbok är bloggar en process där två eller fler personer är deltagare.

Konsumtion, bloggar och Internet

”Om jag skrev om en tröja från Indiska så tog den slut och ibland gjorde jag misstaget att skriva först och vilja köpa sen – när den redan hade tagit slut.” (Soxbo, 2010)

Eleonore Nygårds som driver bloggen *Ytligheter* beskriver den makt hon själv har haft på sina bloggläsares konsumtionsvanor (Soxbo 2010). När en bloggerska bloggar om en vara kallas det att den är ombloggad. Det är ofta de ombloggade plaggen som senare brukar säljas på köp- och säljsajter för betydligt mer än inköpspriset. Hösten 2007 tilldelade tidskriften *Bon* förstaplatsen på deras lista över modesveriges makthavare till en bloggerska med följande formulering: ”Med hundratusentals besökare varje månad är de mer betydelsefulla än modetidningar för hur de klädintresserade placerar sina pengar”. Bloggare har ofta en stor trovärdighet hos sina läsare och deras köpbeteende. Hela 58 procent av bloggläsarna har köpt en vara de sett i en blogg (a a). Vi anser att detta kan ge en bild av hur stor makt och inflytande bloggar har på sina läsares konsumtionsvanor. Tyvärr finns det mycket lite forskning om detta ämne. Vi ser gärna att det forskas mer då det är en väldigt intressant aspekt av bloggösfärens påverkan.

Tapscott (1998) har i sin bok som vi tidigare nämnt även undersökt hur unga använder sig av medier och reklam. Han beskriver att unga idag fungerar som

trendsättare för allt från kläder till musik. De har stora krav på vad de vill ha och de vill ha mycket att välja på. Dagens unga spenderar mycket mer pengar på produkter än tidigare generationer och de har fått så stor makt att marknaden börjar forma sig efter vad unga vill ha. Medier använder sig till exempel allt mer av produktplacering på hemsidor som unga besöker.

Tapscott (a a) resonerar om hur den nya Internetgenerationen ser på sin framtid. Han menar att ungdomar idag är mycket oroade för deras framtid. Trots deras höga självförtroende är de oroade hur vuxenvärlden ska kunna ge dem allt de vill ha. Deras främsta mål är att få utbildning och personlig kompetens och inte att till exempel tjäna pengar. För unga är materiella saker allt viktigare idag och gapet mellan vad de har och vill ha har aldrig varit så stort. Tapscott (a a) beskriver att exempelvis kläder fungerar som statussymboler och det är allt viktigare att ha rätt föremål.

Malin Bandh och Sandra Kastås har undersökt hur Internet och modebloggar påverkar unga tjejers konsumtion i sin C-uppsats *Passion for Fashion - En studie om modebloggares påverkan på konsumenters agerande* (2009). Deras resultat visar att det är personen bakom modebloggen som påverkar läsarna mer än vad själva bloggen gör. Modebloggerskorna ses som inspirationskällor som förmedlar information om kläder, skönhet och annat som läsarna kan ta del av. Läsarna ser modebloggerskorna som pålitliga då de visar upp plagg som de har köpt eller vill köpa. Att detta inte kommer från ett företag utan att modebloggerskorna skriver sina personliga åsikter ökar deras trovärdighet. Trovärdigheten gör att modebloggarna får större uppmärksamhet än till exempel annonser då läsarna kan identifiera sig med informationen då den kommer från modebloggerskorna "personligen". Bandhs och Kastås (a a) intervjuer visar att unga tjejer valt att köpa produkter efter att de läst och blivit informerade om dem på modebloggar. Valet att köpa en vara ökar om modebloggerskan skrivit positiva kommentarer om varan.

Bandh och Kastås (a a) har även kommit fram till att många läsare påverkas undermedvetet av modebloggarna. Modebloggarna blir en del av läsarnas vardag och deras åsikter finns i bakhuvudet när läsarna konsumerar. Flera av författarnas informanter hade uppgett att de själva ville vara en modebloggerska och att de såg upp till dem som hade lyckats. Eftersom modebloggarna har visat att om man klär sig "rätt" kan man lyckas i arbetslivet. Genom modebloggarna finns det möjlighet att länka företag och organisationer som intresserar dem till sin blogg vilket innebär att deras annonser ses av bloggans alla läsare. Modebloggarna bidrar även till en dialog då många läsare kommenterar produkter de köpt på bloggen efter att modebloggerskan tipsat om dem.

För att sammanfatta den tidigare forskning vi har presenterat kan vi se att det finns olika åsikter om Internets påverkan. Tapscott (1998) menar att Internet möjliggör att ungdomar blir inkluderade socialt snarare än tvärtom. Användningen av multipla identiteter nämns i kapitlet av flera författare och de har olika åsikter om ämnet. Turkle (1995) ser inte något negativt i att unga använder sig av olika identiteter. Hon menar att unga på Internet har roligt och är medvetna om vad de gör. Tapscott (a a) däremot, menar att unga måste börja reflektera över sina handlingar online och vilka konsekvenser de kan få.

Internet liknas av flera författare som att bli kropps befriad och att tid och rum skiljs åt. Löfberg (www.slideshare.net, 2010-04-17) förklarar att på Internet rör man sig i en privat sfär trots att det är en del av ett gemensamt sammanhang. Att vara osynlig på Internet gör att unga inte behöver följa de typiska normer som

upprättats av samhället. Anonymiteten och att kroppen inte behöver vara i fokus beskrivs av Löfberg (www.slideshare.net, 2010-04-17), Sörensen och Olesen (2000), Turkle (1995) och Tapscott (1998) som en hjälp i ungas identitetsutveckling.

Gurak och Antonijevic (2008) beskriver i sin artikel att bloggen fungerar som en tvåvägskommunikation. Bloggen är till skillnad från en dagbok en process där två eller fler personer är deltagare vilket bidrar till interaktion och kommunikation. Dessa aspekter är intressanta för oss att undersöka när vi analyserar vår empiri. I kapitlet presenterar vi även forskning om hur ungas konsumtion kan påverkas av Internet och bloggar. Vi skulle gärna se att det gjordes mer forskning om denna aspekt. Bandh och Kastås (2009) har med sin uppsats sett att unga blogggläsande tjejer faktiskt påverkas i sin konsumtion vilket vi även har användning för i vår analys. Den tidigare forskningen visar på olika åsikter kring Internets påverkan vilket är intressant för oss. Vi har valt att använda oss av denna forskning då vi får en bredare bild av det område vi undersöker.

TEORI

I det här avsnittet presenteras de teorier som vi har valt att utgå ifrån när vi ska analysera vårt empiriska material. Vi har valt att använda oss av Anthony Giddens och Erving Goffmans teorier kring samhället, individen och identiteten och Thomas Ziehes teorier kring ungdomar och modernisering. I vårt syfte har vi valt att rikta in oss på blogggläsarna. Vi är intresserade av att undersöka om bloggar kan ha en inverkan i unga tjejers identitetsskapande och liv. Därför anser vi, att vi med hjälp av dessa teorier får en möjlighet att förklara och belysa blogggläsarnas perspektiv.

Vi har delat in kapitlet i tre rubriker för att göra det begripligt och ge en god inblick för läsaren. I kapitlet Ungdomar och Identitet presenterar vi Ziehes och Giddens teorier om ungdomar och identitet. I kapitlet Sociala roller presenteras Goffmans teorier om hur människor kommunicerar och använder sig av sociala roller. I sista kapitlet, Ungdomar och livsstil i dagens samhälle, presenterar vi Giddens och Ziehes teorier om livet i dagens samhälle.

Ungdomar och identitet

Både Ziehe (1993) och Giddens (1996) betraktar identiteten som en social konstruktion som skapas i ett socialt och kulturellt sammanhang. De väljer att studera identiteten med utgångspunkten att det är en ständigt pågående process. Enligt Ziehe (1993) är dagens ungdomar allt mer individualiserade än tidigare och tvingas reflektera över den egna framtiden, stilen och identiteten. Han menar att ungdomar idag skapar sin identitet i stor utsträckning från konsumtionssfären. Detta är en av anledningarna till att ungdomskulturen blir så central och att den utgör en mycket väsentlig ingång för att förstå kulturell förändring.

Oavsett vilken klass man tillhör menar Ziehe (a a) att identiteten kan liknas vid något modifierbart och föränderligt till skillnad från tidigare generationer. Detta beror till stor del på mediernas ökade betydelse, som ger referensmaterial som unga kan använda för att reflektera över den egna identiteten. Det beror även på förändringar av tidigare relativt stabila strukturer som familj, arbete, könsroller, den process som Ziehe kallar för avtraditionalisering. Med avtraditionalisering menar han att unga i allt mindre utsträckning kan förlita sig på familjen när det

gäller skapandet av identitet och livsmönster. Avtraditionaliseringen gör även att individen blir mer sårbar i förhållande till marknaden i form av media och reklam. Avtraditionaliseringen har framträtt i och med mediernas framväxt och idag skapar unga sina identiteter med hjälp av varandra och medier istället för med hjälp av föräldrarnas råd (Ziehe, 1993).

Ungdomars utveckling och mål blir påverkade av personliga val och uppfattningar som ofta inte blir förverkligade på grund av deras ekonomiska verklighet. Alltså är dagens ungdomar befriade från traditionens krav samtidigt som de står inför den osäkerhet och ångest som att inte "veta sin väg" kan medföra (a a). Ziehe menar att det inte längre finns en självklar väg att gå i livet, utan människan konstruerar och rekonstruerar sin identitet utifrån sina egna erfarenheter och val. Det här skapandet kommer även från den kulturella friställning som är ett av hans begrepp och innebär att människan blir mer fångad i marknadens grepp men samtidigt friare i möjligheten att utforma den egna identiteten (a a).

Även Giddens (1999) betonar att individens identitetsutveckling är direkt relaterad till förändringar i samhället. Berättelsen om den egna identiteten måste ständigt utvecklas och bearbetas i relation till all den information unga möter i vardagen. Likt Ziehe (1993) betonar Giddens (1999) att det pågår en uppluckring av tidigare normer och traditioner för att förstå sig själv och andra. Identitet är enligt Giddens (a a) inget givet tillstånd, utan är konstant under förändring allt eftersom individen får nya erfarenheter. I dagens samhälle finns det en stark föreställning om att det går att "välja" sin sexualitet, kropp, yrke och sätt att förhålla sig till den sociala verkligheten. Giddens menar att ungdomar idag lever i en värld där de förväntas lyckas med sina studier, göra karriär oavsett vilka förutsättningar de har och att detta kan ses som moderna ideal. Samtidigt förväntas de dock träna sina kroppar, ha "rätt" stil och konsumera i en tid där nya konsumtionssymboler snabbt byts ut för att ersättas av andra (Giddens, 1999).

Reflexivitet är ett begrepp som både Giddens och Ziehe använder sig av i sina teorier. Med reflexivitet menar Ziehe (1993) individens möjligheter till självreferenser, att man ständigt analyserar den egna identiteten i förhållande till samhället. Att vara reflexiv innebär att en individ tänker på sig själv och jämför med till exempel veckotidningar, tv-serier eller bloggar. Ziehe (a a) menar att ungdomar idag har förts med i denna reflexiva process där alla har sitt "mediapaket" om sig själv i sina huvuden. I sitt medvetande har de tankar om hur exempelvis kroppar bör och skall se ut. Dessa kroppar blir "i tanken" referensmaterial utifrån hur de kritiskt analyserar och granskar sin egen kropp och reflexiviteten ligger i just dessa jämförelser. Referensmaterialen ändrar dock ständigt karaktär på ett sådant sätt att det egna referensmaterialet blir omodernt och därför är individen konstant sysselsatt med att jämföra sig själv med de bilder och kunskaper som medierna för ut (a a).

Enligt Giddens innebär reflexivitet nästan detsamma. Han förklarar identiteten som en ständigt pågående process där olika livsstilar skapas utifrån alla de valmöjligheter individen har idag (Giddens, 1999). Han menar att identitetsskapande innebär att individen skapar en sammanhängande och meningsfull berättelse om sitt liv.

Ziehe (1993) använder tre begrepp för att analysera ungdomars strategier för att hantera det faktum att de lever i ett senmodernt samhälle. Dessa begrepp är subjektivering, potentiering och ontologisering och han använder dessa för att beskriva vad det betyder för deras identitetsskapande. Subjektivering innebär en fokusering på självet som kan yttra sig på flera olika sätt. Till exempel så kan

unga irritera sig på andra människor som de anser beter sig på fel sätt. De anser sig själv veta vad som är "rätt" och vill bara uppleva de enligt dem "rätta" händelserna. Subjektivering handlar även om att upptäcka sig själv och att ägna sig åt ett reflexivt utforskande av den egna identiteten. Potentiering innebär att ungdomar försöker dramatisera den egna identiteten och testa gränser. Detta är en viktig del i skapandet av den personliga myten, berättelsen om en föränderlig identitet. Det innebär att de till exempel kan ha ett riskfyllt beteende och utsätta sig för fara vilket ger dem en viss identitet. Ontologisering är ett sätt att skapa sig en identitet som lyckad individ där de relaterar de egna identiteterna till samhällets normer om hur man lever framgångsrikt och blir synlig. Det kan vara till exempel att ha en blogg då det kan ge trygghet och mening i tillvaron (Ziehe, 1993).

Sociala roller

Goffman som hör till de symboliska interaktionisterna är intresserad av att undersöka hur människor kommunicerar sin sociala status och sin sociala roll. Han beskriver den sociala interaktionen som en komplicerad ritual av kommunikativ kontroll (Cuff & Payne, 1979, Goffman, 2004). Enligt Goffman (2004) har människan olika roller, det vill säga att olika delar av identiteten, visas upp i olika situationer och att identiteter skapas i det sociala samspelet. De sociala rollerna utgör socialt definierade förväntningar som styr vad en person med en viss status eller i en viss situation gör. Goffmans (a a) dramaturgiska modell innebär att socialt liv kan liknas som om det utförs av olika aktörer på en scen. Människan använder sig av intrycksstyrning för att försäkra sig om att andra reagerar på dem på ett önskvärt sätt. Anledningen till att man använder sig av intrycksstyrning är för att man är känslig för hur andra uppfattar en och detta sker ofta omedvetet.

I den dramaturgiska modellen agerar individerna, som på en scen, i bakre och främre regioner. Den främre regionen utgörs av sociala situationer eller möten där individerna agerar i formella roller, de befinner sig på scenen. I den bakre som kan liknas vid kulissen förbereder sig individerna för det samspel som kommer att äga rum i mer formella situationer. Där kan man vara avspänd, ventilera känslor, vara sig själv och bete sig på ett sätt man inte skulle göra i ett offentligt sammanhang. För att kombinera regionerna eller rollerna krävs det samarbete (Goffman, 2004). Goffman (a a) beskriver individernas möten med andra som framträdanden som förs på antingen den främre eller bakre regionen. Det är i dessa framträdanden som identiteten utformas, i samspelet med andra och utifrån de givna förutsättningar som det sociala och kulturella rummet erbjuder. Genom detta synsätt betyder det att vårt Jag skapas beroende på vilka regioner vi använder oss av och användningen av olika roller är enligt Goffman en viktig del av det sociala samspelet.

När individerna använder sig av olika sociala roller menar Goffman (a a) att de strävar efter att manipulera andra med dem eller att styra andras beteende mot dem. Anledningen är att de budskap rollerna sänder ut i exempelvis den främre regionen, ska uppfattas på ett sätt som gör att deras egen och andras uppfattningar om deras respektive identiteter skall bevaras. Detta beteende innebär att alla handlingar sker i interaktion med omgivningen och är en del av Jag-presentationen. När en individ använder sig av olika roller kan det medföra att en del oplanerade och även ovälkomna gester förekommer då en roll kan strida emot hur man egentligen vill uppfattas. Användningen av sociala roller kräver inte

något formellt godkännande utan behöver endast godkännas av individen själv (Goffman, 2004).

Goffman beskriver att människors ”ansikten” kan höra ihop med deras självkänsla (a a). I ett möte med en annan människa spelar självkänslan roll och om den är låg kan det leda till att man blir osäker eller att man låtsas vara någon annan. Men på Internet behöver man nödvändigtvis inte se varandra och slipper att använda sig av speciella uttryck så som gester och miner. På Internet används istället speciella markörer vid ”möten” med andra.

Tid och rum konvergens är ett uttryck som beskriver hur social utveckling och teknologisk förändring påverkar det sociala samspelets mönster. Idag delas människors liv upp i olika zoner där man använder sig av olika utrymmen beroende på vad man gör. De samspel som äger rum i dessa zoner är begränsade av rum och tid till exempel att i sovrummet sover man och i vardagsrummet umgås man. Zonerna kan ha olika karaktärer av främre och bakre regioner vilka är uttryck som används av Goffman (a a). När man exempelvis läser och skriver bloggar kan man befinna sig i den bakre regionen där ingen ser en. Och om man exempelvis ska ta ett foto på sig själv och publicera på sin blogg kan man fixa till sitt utseende så att läsarna får uppfattningen att bloggarna ser ut så i verkligheten. Goffman (a a) menar att detta kan medföra en ökad risk av ångest och osäkerhet hos ungdomar som läser bloggar. Internet har omorganiserat rummet och idag kan vi samspele med vem som helst utan att behöva lämna hemmet. Teknologin förändrar vår upplevelse av tiden genom att kommunikationen och samspelet är tillfälliga (a a).

Ungdomar och livsstil i dagens samhälle

Giddens benämner dagens samhälle med begreppet ”modernitet” som likställs med den industrialiserade världen (Giddens, 1996). Livet i dagens samhälle är föränderligt och handlar om åtskiljandet av tid och rum och om de olika val som formar individen. Tid och rum har nästan alltid kopplats samman med varandra men nu har de skiljts åt. Det innebär att den fysiska närvaron inte längre är nödvändigt när man umgås på Internet. Internet har möjliggjort ett konstant skapande av gemenskaper och subkulturer där man inte är bunden av tid eller rum utan av gemensamma intressen. Där är det lätt att finna likasinnade och andra som delar ens intressen (a a).

En livsstil består enligt Giddens (1997) av en mängd erfarenheter som en individ skapat och följer. Klädvanor, matvanor och umgängesmiljöer kan vara sådana erfarenheter. De val en individ gör i sitt liv och kommer att göra formar identiteten och livsstilen. Man skapar en bild av sig själv och en individs livsstil menar Giddens, är viktigt för självidentiteten (a a).

Ziehe (1993) beskriver hur den samhälleliga utvecklingen har inneburit att ungdomar kan iaktta och uppleva många olika livsstilar idag. I massmedia och i offentligheten visas olika stilar upp och ungdomar måste välja vilka de vill ta till sig. En känsla av ambivalens kan infinna sig hos ungdomarna då de inte vet om de valt rätt, de kan känna att de missar något och istället skulle valt något annat. Då det idag är så lätt att få information gör det svårare att bestämma sig för något speciellt och fördjupa sig i det. Det blir långtråkigt att hålla på med samma sak konstant men man orkar inte hålla på med något annat heller. Detta kan även leda till en social och psykisk konkurrens där man ska framställa sig själv så bra som möjligt. Idag måste var och en utveckla och omforma sin identitet mot bakgrund av de ”glittrande” personligheterna som förmedlas via massmedia.

Ziehe (1993) förklarar att ungdomar idag har allt större tillgång till vuxenvärlden. De har blivit lillgamla på grund av tillgången till vuxnas erfarenhetsvärld. Vardagsvetande kan vara för en ung person vara begränsad till en viss ålder, kognitivt sett. Men det finns inte längre några skarpa symboliska eller kulturella gränslinjer som skiljer vuxna och ungdomar från varandra. Det här leder till att ungdomar virtuellt sett har tillgång till samma värld som vuxna men det leder även till att deras skyddsnät försvinner. Ungdomar tar för sig mer idag av vuxenvärlden, förklarar Ziehe, på ett sätt som kan innebära att det är helt normalt att låta pojk- eller flickvänner sova över hemma hos sig. Trots att de vill verka vuxna så brister det i ansvarsdelen och det kan liknas vid ett fenomen som Ziehe kallar understrukturering. En ungdom kan ha åtagit sig en uppgift men ”råkar” glömma bort att den skulle uträta den vid ett visst tillfälle. Då kan ursäkten vara ”Oj, jag glömde.” I dagens samhälle kan vuxenlivet för en ungdom börja redan innan skolan är slut då man till exempel kan ha ett arbete fast man går i skolan. Det har blivit en av flera tillgängliga världar för unga. Deras reflexivitet har utvidgats och bredd ut sig och det finns en ständig möjlighet till självrelatering och självvärdering (a a).

RESULTAT OCH ANALYS

I följande avsnitt kommer vi att presentera resultaten och analysen av vårt empiriska material. Vi har delat upp empirin i teman som fungerar som rubriker. Kontinuerligt följer en analys där vi använder oss av de teorier och tidigare forskning vi tidigare beskrivit. Vi kommer att benämna informanterna med fingerade namn och citaten vi valt att presentera från intervjuerna har korrigerats från talspråk till skriftspråk. Detta för att göra texten mer lättläst. Vi har däremot inte ändrat de språkliga grepp som hör till informanternas personlighet.

Våra informanter består av tre 18-åringar och två 19-åringar och samtliga går sista året på gymnasiet. Informanterna bor hemma hos sina föräldrar, samtliga har tillgång till en egen dator och de uppger att de använder Internet tre till fem timmar om dagen. Gemensamt för alla våra informanter är att de regelbundet läser bloggar och åldern på personerna bakom bloggarna de läser är mellan 16-30 år.

Kenza, Kissie och Blondinbella är bloggar som samtliga av våra informanter kommit i kontakt med eller följer. Vi har tidigare presenterat hur Kenza beskriver sin blogg i kapitlet bakgrund. Därför vill vi även presentera Blondinbellas och Kissies blogg. På blondinbella.se (2010-05-08) kan man finna följande presentation: ”Isabella Löwengrip driver Sveriges största blogg, följ med i hennes fartfyllda vardag med allt ifrån kändisfester och röda mattan till politik, föreläsningar runt om i landet om entreprenörskap och hennes sambo Nils. Just nu håller Isabella på att skriva en bok och nästa höst ser ni henne i ungdomsfilmen ”Orion.” Blondinbella.se är en livsstilsblogg som handlar om 19-åriga Isabellas liv som professionell bloggerska i Stockholm. Kissies.se drivs av 19-åriga Alexandra Nilsson som bor i Stockholm och har sin blogg som heltidssysselsättning. Hon beskriver på bloggportalen.se (2010-05-08) att hennes blogg innehåller festbilder och videos från hennes vardag.

Bloggvanor

Med hjälp av intervjuerna vill vi ta reda på hur våra informanter kom i kontakt med bloggar, hittade sina favoriter och började läsa regelbundet. Fyra av fem uppger att de började läsa bloggar under gymnasietiden. Samtliga informanter berättar att de hört talas om bloggar via vänner, skola, tv, radio och tidningar. De uppger att bloggarna de först kom i kontakt med var antingen Blondinbella, Kissie eller Kenza. Dessa är tre av de mest besökta bloggarna i Sverige och hör till genrerna livsstilsbloggar (www.bloggportalen.se, 2010-05-18). Sara berättar hur hon kom i kontakt med bloggar för första gången:

”Det började väl när Blondinbella blev helt stor och alla snackade om henne och jag bara vem är Blondinbella och Kenza och alla de där. Så då blev jag nyfiken och gick in där och undrade okej vad är det för märkvärdigt med det här. Det känns nästan som om det var dom som satte igång det och jag blev mer nyfiken. Sen så fastnade jag inte för hennes blogg men så länkar dom till andra och ja det var mycket mun till mun, ja har du sett den här bloggen? Och så ser man att alla bloggar har länkat till andra eller har flikar där det står bloggar. Så då gick jag in där och klickade mig vidare till andra. Så började det.”

Sara beskriver hur hon genom Blondinbellas och Kenzas bloggar kom i kontakt med andra bloggar genom deras länkar. Flertalet av de övriga informanterna ger samma förklaring till hur de har hittat bloggar som intresserar dem:

”Jag gick in på Kissie och så började jag läsa och undrade, vad är det här för människa? Jag fortsatte att läsa och gick tillbaka, så jag hade en dag där jag läste säkert i två timmar på hennes blogg.” (Emma).

Informanterna uppger att de bloggar de fortsatt att läsa regelbundet hör till genrerna mode- och livsstilsbloggar. Hälften av informanterna har sparat bloggarna de läser i favoriter eller som bokmärken på sina datorer och hälften kommer ihåg adresserna.

Samtliga informanter beskriver att bloggläsandet är något de ägnar tid till:

”Det är det första jag gör när jag kommer hem, klickar in på bloggarna och ser om de har uppdaterat.” (Sanna).

Utifrån informanternas svar ser vi att bloggläsande är en del av deras vardag och deras Internetanvändande:

”Jag vill ju gärna hinna med och läsa mina bloggar så ofta som möjligt.” (Ella).

Vi kan se att bloggläsandet blir en prioriterad del av deras Internetanvändande och är det första flertalet av informanterna gör när de kommer hem från skolan och sätter sig framför datorn:

”Man kollar mejlen och sen så bläddrar jag förbi de bloggar jag vet uppdateras ofta.” (Emma).

.SE-stiftelsen har i sin undersökning *Ungas integritet på nätet: En guide för föräldrar, pedagoger och andra* (Lindqvist & Thorslund, 2008) kunnat se hur vanligt Internet har blivit för dagens ungdomar. Det är en självklar del av ungas liv och vardag. Man träffar sina vänner och umgås på Internet och även på bloggarna. Giddens (1996) beskriver att den fysiska närvaron inte är nödvändig när man umgås på Internet då man varken är bunden av tid eller rum. Internets stora utbud gör det möjligt för unga att välja var de vill umgås utifrån gemensamma intressen. Vi tolkar det som att detsamma gäller för bloggläsande. Det är något som görs privat och är en prioriterad del av ens vardag. Man har ett visst antal bloggar man följer och de ses som ”mina bloggar”.

Flertalet av informanterna berättar att deras bloggläsande började efter att de hade blivit fascinerade av en blogg de hört talas om. Flera informanter berättar att efter att de upptäckt en ny blogg har suttit och läst igenom hela bloggen. På så sätt tror vi att de försöker ”lära känna” personen bakom bloggen eller den person den utger sig för att vara. Blondinbella, Kissie och Kenza är alla bloggare som informanterna först kom i kontakt med när de började läsa bloggar. Det här är bloggar som har hundratusentals läsare i veckan och alla tre har olika ”images”. Med images menar vi den livsstilen bloggaren har och det sätt de väljer att presentera sig. Bloggarna tror vi kan tilltala läsarna på olika sätt. En driver fyra företag och är väldigt businessinriktad. En annan har blivit känd på grund av

att hon provocerar i sin blogg, har opererat bröstet och förstört läpparna. Den tredje jobbar som modell, pryder omslag på modetidningar och har ett eget kläd- och skomärke (Soxbo, 2010). Det kanske inte säger vem personen bakom bloggen är men det är så de väljer att presentera sig. Bloggerskorna visar upp olika sociala roller (Goffman, 2004). Med hjälp av de roller som visas upp på bloggarna styr de läsarnas intryck av dem själv. Vi finner det intressant att se att somliga försätter att läsa dessa bloggar medan andra via dem hittar vidare till sina favoriter. Bloggläsare kan bli inspirerade av bloggerskornas livsstil, se upp till bloggerskorna eller se det som underhållning. Tidigare forskning visar att på Internet kan man skapa sig virtuella identiteter genom att framställa sig på ett speciellt sätt genom till exempel personliga beskrivningar av vardagshändelser tillsammans med bilder. I och med detta skapar bloggerskan antingen medvetet eller omedvetet en individuell identitet på Internet (Gurak & Antonijevic, 2008, Sörensen & Olesen, 2000).

Jag och min kompis

En aspekt av bloggläsandet vi ville undersöka var om informanternas vänner läser bloggar. Detta intresserar oss då bloggläsandet är en del av informanternas vardag. Även vänner är en del av informanternas vardag och därför vill vi veta om de läser bloggar och om det är något man pratar om. Flertalet av informanterna svarar att de tror att vännerna läser bloggar men inte lika mycket som dem själva. Så här berättar våra informanter om de tror att deras vänner läser bloggar och om det är ett samtalsämne:

”Ja det gör dem nog. Alla läser nog någon men inte lika mycket som jag tror jag.” (Sanna).

”När Kissie opererade bröstet så var det några som pratade rätt intensivt om det.” (Emma).

”Ja ibland, inte jättemycket men det händer ju. Ja, typ som när Kissie opererade sina bröst.” (Ella).

”Vi brukar sitta och mobba de där konstiga bloggerskorna. Det brukar vara ett samtalsämne.” (Lina).

Bloggar och bloggerskor är något man diskuterar till en viss del med sina vänner och i skolan. Diskussionerna handlar om vad som händer i bloggarna och är som vilket samtalsämne som helst. Vissa händelser diskuteras mer intensivt än andra till exempel händelsen ovan när en känd bloggerska gjorde en bröstförstoring och lät läsarna följa med ända in till operationssalen (nyheter24.se, 2010-05-12). Några informanter kritiserar bloggerskor med sina vänner. Här är det nödvändigtvis inte en specifik händelse som diskuteras utan det är personerna bakom bloggarna. Ett samtalsämne kan vara de ”bloggbråk” som ofta förekommer mellan bloggare. Bråken kan vara mellan bloggerskor som blivit ovänner med varandra eller att någon bloggerska skriver negativa kommentarer om en annan bloggerska. ”Bråken” sker sedan offentligt i deras bloggar vilket gör att läsarna kan ta ställning och välja vems sida man vill stå på.

Anledningen till varför informanterna tror att de läser bloggar mer än sina kompisar tror vi kan bero på att man vill hålla det hemligt. Om man läser bloggar

som kanske inte överensstämmer med sin egen livsstil vill man kanske inte berätta det för någon. Det kan vara pinsamt och man kanske tror att ens vänner kommer att uppfatta en annorlunda. Man kan ofrivilligt bli tilldelad en social roll av vännerna som man inte vill ha på grund av att man läser en viss blogg (Goffman, 2004). Vi tror även att bloggläsande kan vara något man gör för att känna gemenskap bland vännerna. Man kan hänga med i samtalen och kanske få nya vänner. Vi tolkar det som att bloggar kan fungera som en hjälp för ungdomar under deras tonårstid. De får möjlighet att utforska sig själva och testa olika identiteter (Turkle, 1997).

Läsaren och bloggen

Det här temat belyser informanternas tankar kring förhållandet mellan dem själva och bloggarna de läser. Alla informanter har sina favoritbloggar som de följer så ofta de kan. Informanterna har olika uppfattningar om vad det är som gör att en blogg blir en favorit. Några av informanterna använder sig av ontologisering (Ziehe, 1993) då de identifierar sig med personerna bakom deras favoritbloggar. De skapar en identitet som en lyckad individ. Att vara lyckad innebär att framställa sig själv som framgångsrik enligt samhällets normer och är enligt Ziehe (a a) något som skapar trygghet. Lina beskriver personen bakom sin favoritblogg:

”Jag gillar ju henne som person för hon verkar ju vara väldigt rolig. Och man ser ju upp till dem på ett sätt, man vill ju också vara som Kissie det är klart jag vill det ibland.”

Sara berättar om vad som fick henne att fastna för en blogg:

”Texten var så levande och det var så mycket känslor. Det handlar mycket om dem kan skriva. Vissa skriver ju jättebra så man blir helt fast i det och det är ju kul men annars gillar jag bilder.”

Två informanter läste politiska bloggar och Sanna beskriver två av sina favoritbloggar så här:

”Det är en blogg som jag läser och jag tycker hon är väldigt vettig och hon lägger ofta upp bra argument och bra grejer. Hon skriver om vettiga grejer och det blir det så här att man blir sporrad av henne.”

”Style by Kling tycker jag är duktig och hon klär sig snyggt. Hon är en inspirationskälla rent av.”

Style by Kling är Sveriges största modeblogg och skrivs av Elin Kling. Bloggen ligger på hemsidan tv4.se och förutom att skriva en modeblogg jobbar Elin som moderedaktör för Expressen fredag samt är grundare av modesajten minoutfit.se. I hennes blogg får man följa Elins vardag, inspireras av hennes outfits samt ta del av olika stiltips (www.stylebykling.tv4.se, 2010-05-18).

Våra informanternas favoritbloggar och vad det är som gör att man fastnar för en blogg kan skilja sig väldigt mycket åt. För en del informanter är det personen bakom bloggen och det även kan vara det som skrivs på bloggen som intresserar en. Det kan även vara de bilder som publiceras på bloggarna eller om personen bakom bloggen förmedlar åsikter som överensstämmer med ens egna. Vi ser att

våra informanternas favoritbloggar inte behöver vara inom samma genre. Man kan ha både en politisk blogg och en modeblogg som sina favoriter. Vi tror att det är naturligt att man vill ha båda delar. Både politiska åsikter och modetips. Då vi ser att bloggar är en stor del i ungdomars vardag tror vi detta är precis som att till exempel titta på nyheterna på tv och sedan på en komedifilm. Det kan även höras ihop med att det blir en flykt från vardagen samtidigt som man blir underhållen.

Informanterna har olika syn på varför man läser bloggar och vad bloggen betyder. För en av informanterna betyder bloggar allt, en annan ser det som underhållning. Ella upplever bloggläsande så här:

”Det är rätt behagligt att slippa tänka på allt man måste göra för en stund och bara leva sig in i någon annans liv för ett tag.”

Lina förklarar hur hon tycker att en blogg ska vara för att hon ska vilja läsa och hur den inte ska vara:

”Jag gillar inte när folk är för slätstrukna man behöver ju den här överdriften, man behöver ju vara elak för att man ska vilja läsa det. Om någon bara skriver om sitt liv helt vanligt så är det ju inte så kul att läsa.”

En annan informant beskriver bloggarnas betydelse som allt. Hon menar att bloggarna ger henne otroligt mycket. Det blir en stor del av hennes liv och även en del av den hon är. Vi kan se en eventuell risk med att identifiera sig för mycket med en blogg. Bloggläsaren kan få det svårt att uppnå den livsstil bloggerna visar upp. Bloggerskan kan bli en idol för läsaren som den försöker efterlikna.

Ella beskriver hur hon kan slappna av genom att gå in på en blogg och läsa om en annan persons liv. För henne är bloggen en sätt att komma bort från det egna vardagslivet. Här blir åtskiljandet av tid och rum aktuellt då bloggläsandet ses som avslappning och en flykt från vardagen. Vi tolkar det som att när man läser bloggar befinner man sig i en privat zon och oftast i en bakre region där man kan vara avslappnad och ifred. Det är ingen annan som ser en och man kan interagera med andra utan att behöva lämna sitt rum. Detta resonemang för även Goffman (2004) i sin teori om sociala roller. Flera av våra informanter beskriver sitt bloggläsande som något privat och avslappnande. Det är något de gör ensamma och oftast det första de gör när de kommer hem. Vi tror att detta hör samman med den individualisering som sker hos unga idag (Ziehe, 1993). Bloggarna de följer beskrivs med ord som ”mina bloggar” och läsningen av dem är något man gör för sig själv.

Lina har bestämda åsikter om hur bloggar ska vara. Hon gillar när de provocerar och överdriver och är inte intresserad av att läsa om ett vanligt vardagsliv. Även detta kan vara en flykt från den egna vardagen. En del ungdomar behöver kanske något extremt för att bli underhållna. De är kanske inte intresserade av att läsa om ett liv som påminner om deras egna utan gillar det överdrivna och ovanliga. På så sätt kan de identifiera sig med den virtuella identitet som bloggerna visar upp på bloggen (Sørensen & Olesen, 2000).

Känsla

Ett viktigt perspektiv som våra informanter har förmedlat till oss är de känslor bloggläsandet utlöser hos dem:

”Vissa mår jag väldigt bra av när jag läser, jag blir väldigt glad och lugn.” Ella.

”Om man ser på bilder från plåtningar. Jag vet inte, man kan bli helt varm inombords och bara vilja shoppa.” Sara.

”När man ser vissa bilder från en affär, då blir man ju helt så som att man svävar på moln och bara ja.” Sara.

Tapscott (1998) förklarar att när unga är på Internet uttrycker de känslor och det är främst unga tjejer som är personliga. Det Tapscott (a a) syftar på är unga tjejer som skriver mycket personligt om sig själva på Internet. Vi vet inte hur våra informanters övriga Internetanvändande ser ut. Men det vi kan se är att alla informanter förutom en beskriver att bloggläsande utlöser känslor hos dem. Samtliga upplever även dessa känslor som positiva. Dock är känslorna som framkommer i samband med läsandet olika. Ellas beskriver att känslorna hon får gör att hon känner ett lugn och välmående. Då bloggläsande kan utlösa sådana känslor för Ella, tror vi att det även kan göra det för andra ungdomar. Vi anser att detta är en väldigt positiv reaktion av bloggläsning. Saras känslor handlar mer om hur hon får inspiration och vill shoppa. Hon beskriver sina känslor när hon sett fina bilder på en blogg som att hon svävar på moln. Även här ser vi hur bloggläsande förknippas med något positivt. Det vi har funderat över är hur läsarna konstant tar del av den information och reklam som bloggarna förmedlar men ser ändå bloggläsandet som avslappnande. Ziehe (1993) menar att detta informationsflöde påverkar ungdomar. Vi kan inte se att våra informanter lägger någon vikt vid detta och det förvånar oss. Vi tror att det kan bero på att informationsflödet är en så naturlig del av ungdomars liv idag vilket leder till att de inte märker det.

Det finns många anledningar till varför våra informanter fortsätter att läsa bloggar. Nedan följer några av informanternas tankar kring varför de gör det:

”Man får rätt mycket idéer med kläder och så får man också tips på till exempel utställnen, restauranger och grejer.” Lina.

”Man fäster sig vid personerna man läser om så att det blir ju som en slags kompis nästan.” Ella.

”Det är väl att det är intressant och jag gillar det här att man får så mycket inspiration och vissa bloggar är så snygga. Bara för känslan, man tycker om det, det är intressant.” Sara.

”Det är spännande att se vad de gör man följer ju deras vardag. Det är som att läsa någons dagbok så man vill ju ändå ha en fortsättning.” Lina.

”Det blir som en följetång man blir nyfiken. Det är precis som en tv-serie.” Emma.

Lina beskriver att bloggarna ger henne kläd- och nöjestips. Även Sara läser bloggar för att få inspiration om mode, för att det är intressant och för att hon gillar känslan man får. Ella berättar att hon fäster sig vid personerna som skriver bloggarna som hon upplever som en sorts kompisar. Lina och Emma beskriver att det är spännande att följa bloggarens vardag och att man fortsätter läsa utav nyfikenhet, man vill ha en fortsättning. Vi finner det väldigt intressant att en blogg kan ge så mycket till bloggläsarna. Istället för att se en film eller läsa en bok så kan man läsa en blogg och få samma tillfredsställelse. Vi kan se att de tycker att det intressanta är att få en inblick i någons liv och vardag.

Den genre som handlar om bloggaren själv, så kallade livsstilsbloggar är den bloggform som våra informanter läser mest av. Gurak och Antonijevic (2008) förklarar att i en blogg kan både författaren och läsaren kommunicera med varandra. Bloggen fungerar som en tvåvägskommunikation och är en process där två eller fler personer är deltagare och skiljer sig på så sätt från en vanlig dagbok. Bloggen skiljer sig även från andra områden på Internet då den är konstruerad av "processen om mig". Detta tror vi bidrar till att läsarna fäster sig vid personerna bakom bloggen och vill fortsätta läsa om dem. Då de ges tillträde att ta del av bloggarnas liv tror vi att det kan ge en känsla av att läsarna blir sedda och kan påverka. I och med dagens ökade vetande hos unga innebär det att de har möjlighet till att tycka till och ha åsikter om det som sker i samhället via till exempel Internet och bloggar (Ziehe, 1993).

Samtliga informanter hade olika åsikter kring huruvida bloggläsande har påverkat deras vardag. För några innebär bloggläsande något de valde att lägga tid på istället för att till exempel göra sina läxor. För andra har det haft en större påverkan på de själva som individer. Sara berättar hur hon under en period blev väldigt medveten om sin klädstil:

"Alltså en period var det riktigt illa då var det verkligen jobbigt. Jag kom för sent för jag visste inte vad jag skulle ha på mig, jag hade sån beslutsångest. Och mamma sa till mig kan du inte ta de skorna till och jag bara verkligen inte. Det passar inte. Man ville ha det perfekta."

Sanna berättar hur hennes mål påverkats av att läsa bloggar:

"Ja det har det nog ändå. För man ser hur andra lever. Så ser man, åh kan man leva så. Jag tror nog man har fått mer insikt i hur andra lever. Så det är nog så att mina mål har ändrats sedan jag började läsa bloggar faktiskt."

Det Sara och Sanna beskriver är hur bloggläsandet har påverkat deras vardag på olika sätt. Sara skildrar sin obeslutsamhet gällande sin klädstil och hur det påverkade henne. Sanna berättar hur hon fått mer insikt i andras livssituationer och att hennes mål därför har förändrats. Vi tror att bloggläsandet kan ta olika uttryck i ungdomars identitetsutveckling. Bloggarens åsikter om allt ifrån kläder till livsstil får en plats i läsarnas medvetande. Deras livsstil blir en del av det referensmaterial unga bär med sig. Därmed är det något de har med sig i tanken när de reflekterar över den egna identiteten. Deras reflexivitet gör att de kritiskt granskar till exempel sin klädstil och sina livsmål utifrån bloggarens val. Då bloggarens följare ändras deras klädstil och val ständigt.

Läsarnas referensmaterial blir då omodernt och måste omformuleras genom att finna nytt material (Ziehe, 1993). Identiteten befinner sig därför i konstant förändring vilket vi tror kan bidra till att läsarna känner press men även får nya infallsvinklar.

Kunskap och information

Idag fungerar Internet enligt Tapscott (1998) som ett nytt forum där unga söker bland annat kunskap och information. Unga är allt mer medvetna och de söker information utifrån sina egna intresseområden. De flesta av våra informanter beskriver bloggar som en inspirationskälla men även som ett sätt att få information på. Bloggarna förmedlar enligt några informanter nyheter om mode, uteliv och kändisar. Sara förklarar:

”Man får mycket inspiration av dem. Om det är modebloggar så är det nästan som att läsa nyheter kan man säga. Det är ett annat sätt att ta del av information.”

Ella beskriver personen bakom en av hennes favoritbloggar så här:

”Ja, till exempel en blogg som jag läser, hon är krönikör och det vill jag ju själv bli.”

Vi kan se att bloggerskan fungerar som en förebild både identitetsmässigt och yrkesmässigt för henne. Detta tror vi även kan gälla för andra ungdomar. Vi tolkar det som att läsarna är reflexiva i sitt tankesätt kring deras val av favoritbloggar. Många av informanternas favoritbloggar skrivs av personer som de gillar och ser upp till. Vi tror att detta förekommer ofta då de flesta individer blir intresserade av ett område på grund av att det är något som man gillar eller fastnar för. Alla våra informanter har uttryckt att de genom att läsa bloggar fått ett bredare perspektiv gällande yrkesliv och livsstilar. Flera beskriver att de fått upp ögonen för olika vägar som man kan gå i livet. Lina ger ett exempel på hur hon fått upp ögonen för ett nytt område genom bloggar som hon kanske aldrig tänkt på tidigare:

”Om de skriver att de jobbar som sjuksköterska och skriver om sin dag, så märker man att man kommer in i det mer och mer. Man tänker att det här verkar ju ändå roligt och det har man kanske inte tänkt på innan.”

Informanterna beskriver även att de blir motiverade att uppnå sina egna mål och bloggerskorna arbetar ofta inom områden som de själva är intresserade av:

”Om man ser någon annans livsstil och man känner att det verkar trevligt så är det klart man påverkas av det.” (Ella).

Vi kan se att detta hör ihop med det Bandh och Kastås (2009) kommit fram till i sin uppsats. Deras informanter läste modebloggar och ville själva bli en modebloggerska. De såg även upp till de som hade lyckats och såg en möjlighet i att de själva även kunde göra det.

Några informanter är ombytliga i sina åsikter vilket kan vara en naturlig del av identitetsutvecklingen och är något som även Giddens (1996) och Ziehe (1993)

påpekar. De ser båda ungdomstiden som en process där man ständigt utvecklas och omformulerar sig själv och sina mål.

”Jag var ju helt inne på plugga mode ett tag och sen när man börjar tänka steget längre, får jag jobb av detta? Man måste tänka lite mer, så ja absolut kan man säga att det påverkar.”

Sara berättar hur hon efter att ha läst modebloggar under en period blev intresserad av att söka till en utbildning för att kunna arbeta inom modebranschen. Men då hon reflekterat över arbetsmöjligheterna inom modebranschen har hon insett den stora konkurrens som råder. Detta har gjort att Sara omvärderat sina mål. Ungdomar har idag en större tillgång till vuxenvärlden och ett mycket större referensmaterial än tidigare generationer (Ziehe, 1993). Det finns inte längre någon given väg att gå, utan istället finns det väldigt många val där det är upp till dem själva att välja rätt. All information och alla möjligheter innebär att man måste vara reflexiv och sortera ut det man är intresserad av. Detta kan skapa osäkerhet då de val man gör gällande exempelvis utbildning och yrke måste vara ekonomiskt genomförbara. Det gäller inte bara ett val utav utbildning utan utbildningen skall även kunna generera både arbete och försörjning. Enligt Ziehe (1993) är ungdomar idag en del av den kulturella friställningen där de är friare i sina valmöjligheter men samtidigt ensammare i sina val. De är även mer utsatta för marknadens ständiga närvaro i form av media och reklam vilket kan skapa en ambivalens då unga inte vet om de gjort rätt val. Massmedia och offentligheten visar upp olika livsstilar där det är upp till ungdomarna att välja vilka de vill ta till sig. Den livsstil de väljer skapar enligt Giddens (1997) en bild av dem själva vilket är viktigt för identiteten.

Identiteten konstrueras utifrån individens egna erfarenheter och val, vilket innebär att unga idag kan uppleva en stor oro inför att göra fel val (Ziehe, 1993). Emma berättar om hur hon känner inför att ta studenten och gå ut i vuxenvärlden:

”När man är 15 år så känner man sig gammal. Jag vet att när jag var 15 kände jag mig både mycket modigare och mognare än jag är nu. Nu känner jag mig mindre än någonsin. När jag var 15 kände jag, jag ska börja gymnasiet, visst kan jag.”

Vi tror att Emmas tankar kan illustrera den osäkerhet och oro ungdomar idag kan känna för vuxenvärlden. När man är 15 år kanske vuxenvärlden inte var så närvarande vilket medför en känsla av trygghet och en sorts mognad. Då man blivit äldre gör vuxenvärlden sig mer påmind när det gäller både ansvar och framtidsval. Detta kan leda till att ungdomar idag känner sig osäkrare och mer handfallna inför vuxenlivet. De normer som finns i dagens samhälle om hur ungdomar ska bete sig och hur man beter sig som vuxen tror vi bidrar till den oro ungdomarna kan känna. När de närmar sig vuxenvärlden ska de inte bara lyckas med sin gymnasieutbildning, de ska även veta vad de ska göra efter studenten och i framtiden. Vi tror därför att steget ut i vuxenvärlden kan vara ångestfyllt.

Jag och min blogg

Tre av våra informanter har en egen blogg. En informant har en blogg endast för familj och vänner som handlar om hennes vardag. De andra informanterna driver

varsin mode- och livsstilsblogg. De vill båda få mer läsare och bloggen tar en stor del av deras tid.

”Jag vill ju absolut få mer läsare. Jag skulle vilja skriva för en tidning eller något liknande i framtiden om kläder. Det har ju alltid varit vad jag velat göra egentligen, vara modereporter. Det hade varit väldigt trevligt. Man ser ju att de andra bloggerna är med på omslagen på tidningar så det är klart att man själv också vill det.”

Lina beskriver hur hon hoppas att bloggen skall växa och leda till arbetsmöjligheter och kanske kändisskap. Bloggen blir på detta sätt en möjlighet att skapa sig en viss identitet på. Identiteten kan symbolisera framgång och att man blir en lyckad individ. Bloggen kan även skapa trygghet då man genom att visa upp sin identitet ger den legitimitet. Att på detta sätt skapa en identitet som lyckad individ och legitimeras den kallar Ziehe (1993) för ontologisering.

Genom att ha en blogg befinner man sig i det Goffman (2004) kallar för den främre regionen. I den främre regionen är bloggerna synliga för läsarna vilket innebär att hon får en social roll som ”bloggerska”. Ett exempel på hur detta kan yttra sig är då bloggerna känner press på hur hon skall se ut. Hon kan därför inte gå ut i vilka kläder som helst, då hon vill leva upp till den bild hon presenterar i bloggen. Det är betydelsefullt för henne att utseendet utanför bloggen stämmer överens med den bild som visas upp i bloggen.

De som själva bloggar av våra informanter berättar att de blir inspirerade av andra bloggar och försöker efterlikna det dem tycker om.

”När jag själv skriver försöker jag efterlikna sättet som dem jag själv tycker om skriver på. Eftersom jag vet att det är det jag själv vill läsa.” (Ella).

”Fast när det är dem som skriver riktigt bra så tänker jag, tänk om jag hade kunnat skriva lika bra. Helt så levande och spontant.” (Sara).

Att försöka efterlikna andra bloggar kan vara ett sätt att styra hur de vill att deras egna läsare ska uppfatta dem. Goffman (a a) menar att man på detta sätt kan styra läsarna intryck då man presenterar sig själv på det sätt man vill bli uppfattad på. Som vi tidigare nämnt i kapitlet fungerar även bloggen som en tvåvägskommunikation mellan bloggaren och läsaren. Det innebär att bloggaren och läsaren får en möjlighet att kommunicera med varandra.

Bloggkommentarer

Som vi beskrivit i bakgrundskapitlet har de flesta bloggar en kommentarsfunktion. Här kan läsarna kommentera bloggerna olika inlägg och bloggerna kan svara sina läsare. Läsaren kan välja att vara anonym, skriva sitt namn och eventuellt sin bloggadress när man lämnar kommentarer. Kommentarsfunktionen är det mest förekommande sättet där läsare och bloggerna kan kommunicera med varandra. Våra informanter har alla kommenterat bloggar de läser men vissa gör det oftare än andra. Kommentarna kan röra sig om frågor, positiva och/eller negativa kommentarer och kommentarer om texten i inlägget:

”Om det är några fina kläder så skriver man ju åh vilka fina kläder. Annars är det nog mest för att kritisera.” (Lina).

”Om jag undrar var de har köpt en viss sak, något som är riktigt snyggt då kan det trilla in en kommentar.” (Sara).

Vi har sett att de flesta kommentarer våra informanter lämnar handlar om kläder. De lämnar kommentarer när det är ett plagg de tycker är snyggt eller om de undrar var man kan köpa de kläder som visas på bloggen. En av våra informanter berättar att hon lämnar negativa kommentarer på bloggar med sitt namn och bloggadress för att på så vis få besökare till den egna bloggen. Hon skriver sedan om det på sin blogg för att provocera och få reaktioner från läsarna. På Internet kan man välja om man vill vara osynlig eller synlig genom att vara anonym eller inte. Man kan framställa sig själv på ett sätt som inte nödvändigtvis behöver existera i verkligheten (www.slideshare.net, 2010-04-17). Bloggläsarna kan genom att kommentera på bloggar med sina egna namn framställa sig på ett visst sätt. Man kan välja att vara elak och får då en viss identitet. Detta beteende benämns av Ziehe (1993) för potentiering. Konsekvenserna av ett sådant beteende kan bli att det straffar sig i verkligheten. Är man elak mot en vän online kan man faktiskt mista den i verkligheten. Om man lämnar kommentarer är det viktigt att man kan stå för dem. Enligt Ziehe (a a) har dagens ungdomar en större tillgång till vuxenvärlden men de tar inte det ansvar som krävs. Detta kallar han för understrukturering.

Konsumtion på grund av bloggar

Konsumtion inom bloggösfären spelar en stor roll och många delar av bloggarna kretsar kring konsumtion. Bloggerskorna lägger upp bilder på vad man har köpt och på vad man skall köpa. Många bloggar publicerar ”dagens outfit” och tips på nya varor som kommit ut i butik. Inläggen brukar kallas för ”veckans varor” eller ”veckans fynd”. Flera av våra informanter uppger att de köpt kläder eller smycken efter att de sett det på en blogg. Vi har tidigare nämnt Bandhs och Kastås (2009) uppsats och deras resultat visar att bloggläsare konsumerar efter vad de sett på bloggar. De har även sett att det är personen bakom bloggen som påverkar läsaren och inte bloggen i sig.

”Ja, jag tror nog det var någon sån här modebloggerska som har skrivit om en kjol så har jag tyckt att den var snygg och gått och kollat upp den.”

Här beskriver Emma hur en modebloggerska fick henne intresserad av ett klädesplagg som hon letat upp. Hon berättar vidare att hon tycker det kan vara praktiskt att läsa bloggar då hon slipper lägga ner tid på att leta i affärer efter kläder:

”Så lyfter de fram något i sin blogg, oftast så här guldkornen bland allt möjligt. Och då blir det, ah den var snygg, då går jag och köper den”.

Vi tror att modebloggerskorna fungerar som trendsättare och när de skriver om ett plagg så får det större trovärdighet hos läsarna än om det skulle stått i en tidning. Deras ökade trovärdighet kan bero på att de syns mycket i massmedia. De får agera modeexperter i tv där tittarna skickar in frågor om vilka trender som gäller

och vad man kan och inte kan ha på sig. Detta tror vi kan bidra till att modebloggerskornas åsikter finns med i läsarnas medvetanden när de konsumerar. Emblematisering är ett begrepp som Ziehe (1993) använder vilket innebär att till exempel kläder kan fungera som tecken laddade med status och representerar en grupp eller enskild individs stil och smak. Identiteten skapas enligt Ziehe (a a) i konsumtionsfären och därför är det inte konstigt att blogggläsare påverkas av bloggar när det gäller deras konsumtionsvanor. Även Tapscott (1998) nämner hur ungdomar finner det allt viktigare att ha rätt kläder då de kan fungera som statussymboler.

Konsumtion utifrån bloggar fungerar som ett samtalsämne för några av våra informanter och deras vänner. Sara berättar hur tydligt hon har sett att tjejer på hennes skola köpt något de sett på en blogg:

”Man märkte ett tag när Kenza lade upp en bild på ett par skor från din sko som var jättebilliga och jättesnygga. Alltså det var inte min stil. Men några stycken hade köpt dem. Kenza hade lagt till en kedja på skorna och då var det en tjej som gjort exakt likadant. Sen var det ett halsband från H&M som var jättesvårt att få tag på och alla köpte det, det var helt sjukt.”

För Sara blir det påtagligt att även andra i hennes omgivning påverkas och konsumerar varor de sett i bloggar. Här anser vi att emblematiseringen blir tydlig då en grupp försökt att efterlikna en bloggerska för att kanske uppnå status. Efterfrågan på det halsbandet Sara nämner kan exemplifiera hur många som vill uppnå denna status.

Lina berättar hur svårt det kan vara att få tag på en ombloggad vara:

”Om man skall köpa något som Kissie länkar till så är det alltid slut, för folk går in och köper allting. Om man ser att de har på sig någonting man tycker är snyggt, så sätter jag mig och letar efter något liknande”.

Lina berättar även att hon ägnar en timme åt dagen på Internet för att leta efter ombloggade varor eller liknande. Detta kan visa hur mycket tid man kan ägna till att försöka efterlikna en bloggerska. Vi tror även att kläder som man köpt på bloggar är ett vanligt samtalsämne med vännerna.

Kritik av bloggar

Avslutningsvis har vi valt att presentera och analysera den kritik våra informanter riktar mot bloggar. Informanterna berättade att de är kritiska mot flera bloggar men att de ändå går in och läser på dem då de är nyfikna. Emma berättar:

”Det är väl precis som med paparazzifoton och sånt. Jag vill ju titta på det men jag tycker det är fel”.

Sanna berättar att hon gick in på en blogg efter att hon hört att bloggen skrivit om bantningstips, även så kallade skinny-tips:

”Jag vet själv att jag gick in för att jag hörde om skinny-tips inne på typ Carolina Gynnings blogg och det tror jag verkligen kan påverka. Det är

därför jag tycker det är så himla hemskt med just Kissie och alla dem där för att unga tjejer läser bloggarna och tänker, åh vad fint jag vill också ha det så. Och när de läser skinny-tips tänker de, åh är jag för tjock nu. Hon har ju själv gått ner så himla mycket i vikt och det är hemskt att se. Om man läser kommentarerna inne på alla dem här modebloggarna där alla verkligen är jättesmala så skriver dem, åh vad du är smal och fin, jag vill också vara så smal. Det är verkligen hemskt att se men ja det är så det är med Internet, tror jag lite”.

Sanna är kritisk till den bild en del modebloggerskor förmedlar till unga som läser bloggar. Hon menar att det kan vara en av nackdelarna med Internet då man kan skriva nästan vad man vill. Vi kan se att flertalet av våra informanter är kritiska till de skönhetsideal bloggarna förmedlar och att de alla representerar liknande ideal. Majoriteten uttrycker även att de anser att de flesta bloggerskorna är väldigt smala.

Turkle (1997) menar att det är svårt att veta om människor som befinner sig på Internet är ärliga och visar upp en verklig bild av sig själva. Vi tror att det därför kan vara svårt för bloggläsare att veta om bloggare visar upp en verklig bild av sig själva eller använder sig av skapade identiteter. Bloggerskorna kan välja att förmedla en bild av sig själv som inte stämmer överens med verkligheten. De kan välja att lägga upp en viss typ av bilder, presentera sig på ett sätt som inte är sant eller skriva osanningar om andra människor. De kan även använda sig av en sorts ontologisering då de skapar sig en viss identitet som inte alltid behöver vara sann (Ziehe, 1993). Alla bloggläsare är kanske inte medvetna om att det kan fungera så här vilket vi tror kan skapa en press eller känslor av att bloggerskornas livsstilar är ouppnåeliga. Vi håller därför med Tapscott (1998) som menar att ett problem med att unga använder sig allt mer av Internet är att de inte är tillräckligt kritiska eller reflekterande. Detta kan leda till att ungdomar påverkas negativt.

Kritiken våra informanter riktar mot bloggarna är även att de är elaka och provocerande:

”Det är som med Kissie, hon är elak och nedvärderande.” (Ella).

”Kissie, man ser ju så här att hon förstorar bröstet och allt möjligt. Men hon gör ju det rätt så att säga, jag går ju bara in där när hon gör något sådant, som att förstora bröstet. Liksom då går man in och kollar så hon förstår ju vad hon håller på med.” (Sanna).

”Klart jag är kritisk till Kissie eller bilden av Kissie eller vad det nu är. Jag tycker nog hon är sjuk i huvudet egentligen men det är på något vis fascinerande hur hon är, hon är lika gammal som jag. Bara en sådan sak att vi har vuxit upp i ett land och ska ha haft nästan samma förutsättningar.” (Emma).

Det vi först reagerar över är att ingen av informanterna var kritiska till den stora delen av konsumtion många bloggare visar upp. Vi tror att det kan bero på att reklam är en så stor del av ungdomars vardag. Reklam förekommer i tv, radio och i tidningar och den stora mängd reklam man utsätts för kan göra att man till slut blir blind för det. Reklam på bloggar kan vara mer otydlig än direktreklam då konsumtionen ofta vävs in i bloggarnas vardagsliv. Om en bloggare skriver om en

vara som den fått sponsrad av ett företag, tror vi att det är lätt som läsare att man inte ser att det är reklam. Informationen glöms bort för tillfället men finns kvar undermedvetet i läsarens minne.

Informanternas kritik kring bloggar handlar istället mer om de osunda ideal bloggarna förmedlar. Som vi nämnde ovan går de in på bloggarna för att de är nyfikna. Vi tror att det negativa och provocerande som visas på bloggarna kan vara lockande för läsarna. Det liv de visar upp kan vara lockande då det liv de visar upp skiljer sig mycket från hur normerna om hur en typisk 17-årig ung tjej ska leva. Det kan vara en del i att läsarna ser bloggläsandet som en vardagsflykt. Det kan vara fascinerande och spännande att läsa om någons galna eller överglamourösa liv.

SLUTDISKUSSION

I det här avslutande kapitlet kommer vi att sammanfatta de resultat vi fått fram i vår undersökning. Resultaten diskuteras och presenteras i den ordning vi presenterat våra frågeställningar och vårt syfte. Detta för att göra det enkelt för läsaren. Slutligen kommer vi att diskutera våra teorier och tidigare forskning och ge förslag på vidare forskning som vi finner intressant.

Det här uppsatsskrivandet har varit en intensiv men lärorik period för oss. Vårt undersökningsområde har varit väldigt intressant och så även det material vi fått fram. Vi är tacksamma för att vi har fått ta del av våra informanternas åsikter och tankar för utan dem hade det inte blivit någon uppsats. Materialet har gett oss en större och djupare inblick i hur unga tjejer tänker kring deras bloggläsande. Vi är väldigt nöjda över att intervjuerna gick bra och att informanterna var så tillmötesgående och öppna. Uppsatsskrivandet har varit en process som vi båda upplever har fungerat väldigt bra. I och med detta så ser vi inte att det finns något som har påverkat eller hindrat oss under uppsatsen. Därför tror vi inte heller att resultaten påverkats.

Syftet med vår uppsats har varit att undersöka unga tjejers bloggläsande och hur de uppfattar och tolkar bloggar. Den första fråga som vi ville besvara var att undersöka varför unga tjejer läser bloggar. Vi ville undersöka hur deras bloggvanor såg ut och varför de fortsätter läsa bloggar. Vårt resultat visar att det finns flera anledningar till varför man läser bloggar. Den mest förekommande var att bloggar är en källa för underhållning och inspiration. Bloggläsandet är en prioriterad del av deras vardag och ses bland annat som en avslappning och flykt från vardagen. Vi kan se att informanterna följer bloggar som är inom deras intresseområden och att bloggarna utlöser specifika känslor hos dem. Samtliga av våra informanter uppger att bloggläsande utlöser känslor av positiv karaktär. Det framkallar känslor av välmående, lugn och en slags eufori av inspiration. Detta anser vi är en bidragande faktor till att de fortsätter läsa bloggar. Trots att unga får ett överflöde av information från Internet upplever alla informanter bloggläsandet som något avslappnande. Enligt Ziehe (1993) innebär detta informationsflöde att ungdomar konstant måste omformulera sig själv. Det vi blir förvånade över är att våra informanter inte verkar lägga någon vikt vid detta. Vi tror att det kan vara problematiskt då man omedvetet kan bli påverkad av all den information som presenteras på bloggar.

Trots att bloggläsning görs enskilt så är det ett förekommande samtalsämne bland vännerna och i skolan. Bloggläsning och bloggerskor är något som vi utifrån vårt resultat sett skapar samtal. Vi tror även att det skapar gemenskap och att bloggläsandet kan bli den gemensamma nämnaren i en vänskapskrets. Vår undersökning visar att informanterna ibland håller sitt bloggläsande dolt för sina vänner. De tror även att de läser bloggar i större utsträckning än sina vänner. Vi anser att bloggläsandet är en stor del av informanternas vardag och därför blivit ett naturligt samtalsämne.

I och med att bloggläsning är en del av vardagen har vi sett att bloggar blivit som ett privat rum för läsaren där den kan slappna av. Med uppkomsten av Internet menar Giddens (1996) att det sker ett åtskiljanden av tid och rum där den fysiska närvaron inte längre är nödvändig. Detta möjliggör för det privata rum som bloggläsningen sker i. Bloggar kan även fungera som en kompis som inte kräver någonting tillbaka. Vi har sett att våra informanter får tillgång till ett stort utbud genom att läsa bloggar. Även om bloggläsning är någonting som görs privat så delas det man läst på olika arenor. De hämtar information och kunskap, de blir underhållna och inspirerade. Informationen kan handla om allt från yrkesval till modenyheter. Bloggar kan fungera som ett verktyg och ett nytt forum för att inhämta information. Istället för att gå och låna en bok på biblioteket kan man läsa om det man är intresserad av på en blogg. Det kan även vara en hjälp i sitt sökande efter utbildningar och yrken. Några informanter har även fått ett bredare perspektiv gällande sina framtidsplaner genom bloggläsning. Då dagens samhälle utvecklas till att bli allt mer individualiserat innebär det att unga får uppleva och iaktta många livsstilar. Av de livsstilar som visas upp är det upp till ungdomen att välja vilka de vill ta till sig. Vi håller med Ziehe (1993) om att tro att det kan skapa en ambivalens hos ungdomar då de kan känna att de går miste om något annat om det gör ett specifikt val. Bloggar visar upp en mängd olika livsstilar och vi tror att det kan skapa en svårighet för ungdomar att ta tillvara på den information dem vill ha.

Syftet med vår undersökning var även att ta reda på om läsarna ser upp till personerna bakom bloggarna. Vårt resultat visar att flera av informanterna följde bloggar som hade yrken de själva var intresserade av. Anledningen till att informanterna fastnar för en blogg är personen bakom den, hur den skriver eller bilderna som publiceras. För några informanter uppstod ett intresse för ett yrkesval efter att de följt en blogg och blivit intresserad av bloggerskan och hennes livsstil. I samband med detta har läsarens mål förändrats. Detta visar att bloggläsning verkligen kan ge en inblick inom flera olika områden som man kanske inte hade haft tillgång till tidigare. Vi ser att våra informanter söker sig till de områden de är nyfikna på och vill få information om. I och med den avtraditionalisering Ziehe (1993) beskriver söker unga sig till medier och varandra för utveckling av den egna identiteten. Ungas reflexivitet gör att de kritiskt granskar sina livsmål utifrån det bloggerskorna förmedlar. På grund av att bloggerskorna ändrar sig måste läsarnas referensmaterial ständigt omformuleras. Detta gör att identiteten konstant befinner sig förändring (a a).

Informanterna har flera individuella favoritbloggar och de har olika uppfattningar om vad det är som gör att en blogg blir en favorit. Vi kan se att några informanter använder sig av det Ziehe (1993) kallar för ontologisering då de identifierar sig med personerna bakom deras favoritbloggar. Personen bakom bloggen har ofta ett yrke eller en livsstil som läsaren ser upp till, själv vill ha eller är intresserad av. På

detta sätt blir de medvetna förebilder. Även Bandhs och Kastås (2009) resultat visar på liknande slutsatser då deras informanter såg upp till bloggerskorna och ville efterlikna dem. Genom att identifiera sig med en bloggerskan, menar vi precis som Ziehe (a a) att de kan skapa en identitet som en lyckad individ. Vi anser att förebilder kan ha både för- och nackdelar. Vi tror att det kan finnas en risk med att identifiera sig för mycket med en bloggerska. När man väljer att efterlikna någon annans identitet läggs fokus endast på den andra individen och utvecklingen av den egna identiteten kan bli lidande.

För de informanter som har en egen blogg kan vi se att bloggen spelar en stor roll. De vill genom olika metoder skaffa sig mer läsare och på detta sätt få den att växa. Metoderna kan vara att efter efterlikna sättet en bloggerska skriver på eller att provocera och kritiseras andra bloggerskor i sin egen blogg.

Samtliga informanter har någon gång lämnat kommentarer på en blogg. Kommentarererna handlar mest om klädesplagg. Vi tror att anledningen till att man inte kommenterar kan bero på att man nöjer sig med att endast ta emot den information bloggen förmedlar.

Konsumtionen kring bloggar har varit en intressant aspekt i vår undersökning. Vårt resultat visar på samma slutsats som Bandhs och Kastås (2009). De menar att det är personen bakom bloggen som är anledningen till att man konsumerar varor som omnämns i bloggen. Vi kan se att även våra informanter konsumerar på samma vis. Några informanter ägnar tid till att leta efter kläder bloggerskorna visat upp och att man pratar om det man skall köpa eller har köpt. Som Ziehe (1993) och Tapscott (1998) menar är det viktigt för unga idag att ha rätt kläder då de bli laddade med en viss status. Genom kläderna kan man själv få en vinna en viss status. Utifrån vårt resultat kan vi se att inga informanter var kritiska till den konsumtion bloggarna förmedlar. De som konsumerat på grund av bloggen såg endast detta som något positivt då de ansåg att de fick bra tips och inte behövde leta i butiker själva. Då vi anser att det förekommer en enorm köphets inom bloggösfären tycker vi det är anmärkningsvärt att ingen uppmärksammat detta. Eftersom konsumtion är en så stor del i bloggar trodde vi att detta var något som blogggläsarna uppmärksammat mer. Men då media och reklam konstant förekommer i ungdomars liv kanske det har blivit en så naturlig del och är inte något man reflekterar över.

Vi anser att samtliga informanter har en stor reflexiv förmåga. Några reflekterar ständigt över personerna bakom bloggen och det de skriver. Flera av informanterna var kritiska till vissa bloggar och inlägg i dessa. Dock tar kritiken olika uttryck. Det flest riktar kritik mot är de osunda och stereotypa ideal som några bloggerskor förmedlar. Samtliga nämner och är kritiska till en bloggerska. Bloggerskan är i sin blogg både provocerande och elak. Hon ger även bantningstips, visar upp sin kropp efter sina olika skönhetsoperationer och uppmanar andra att skönhetsoperera sig och gå ner i vikt. Vi anser att denna bloggerska och många andra bloggerskor använder sig av det Goffman (2004) kallar för intrycksstyrning. Detta innebär att de vill rättfärdiga sin identitet genom att visa upp den på bloggen. Ziehe (1993) menar att alla individer tänker och jämför sig med de ideal som visas upp i media. Då våra informanter uppvisar en reflexiv förmåga anser vi att de kanske kan stå emot de kroppsideal som visas upp på bloggar. De har istället sina egna referensmaterial som de utgår ifrån.

Vi anser att det finns en del att kritisera i de teorier vi använt oss av. Vi kan se att teoretikerna är en aning för optimistiska och är väldigt individbaserade. Vi menar att bloggar befinner sig i en kontext som är sluten men som sker och delas i ett större sammanhang. De som befinner sig inom denna kontext är de som påverkas av den. Då teoretikerna tar upp svårigheterna för ungdomar i dagens samhälle menar vi att den ekonomiska aspekten borde få mer uppmärksamhet. För att ha en känd blogg krävs det oftast stora ekonomiska medel. Vi ser även att flera teorier börjar uppmärksamma unga tjejers Internetvanor och hur Internet och bloggar påverkar deras konsumtion.

Vi anser att vårt material till en viss del stämmer överens med den tidigare forskning och de undersökningar vi använt oss utav. Den stora skillnaden är att vi valt att undersöka ett annat perspektiv, bloggläsarna. Vi är dock kritiska till några av de argument vi presenterat av Turkle (1995) och Tapscott (1998) i den tidigare forskningen. De menar att det inte finns något negativt med att ungdomar befinner sig på Internet och använder sig av olika identiteter. De förklarar även att Internet ger dem verktyg till att gå igenom tonåren och att bli vuxna. Vi anser att det kan finnas en risk med att ungdomar använder sig av olika identiteter. Då bloggar är en del av Internet menar vi att läsarna kan identifiera sig för mycket med olika bloggare vilket kan påverka den egna identiteten negativt. Vi tycker inte heller att allt som Internet har att erbjuda är av positiv karaktär och många bloggar kan förmedla vinklade budskap.

Det resultat vi fått fram överensstämmer med hur stor påverkan vi trodde att bloggar har på läsarna. Men det har även väckt nya frågor kring bloggarnas utbredning och hur man använder bloggarna. Vi tycker det är intressant att se hur man använder bloggen och att den används i så stor utsträckning som en informationskälla. Bloggläsarna har möjlighet att anpassa sitt läsande till de bloggar man finner intressanta så att de kan få ut det de vill ha. Då vi efterfrågar mer teorier gällande unga tjejers Internet- och bloggvanor vill vi även se mer forskning på området. Idag finns det väldigt lite forskning som inriktar sig på bloggläsarna och den forskning som finns handlar om bloggaren. Andra tankar som dykt upp kring förslag om vidare forskning är att det hade varit intressant att undersöka hur föräldrar till unga bloggare eller bloggläsare ser på bloggofären och hur de tror att det kan påverka ungdomar idag.

Kritiken vi kan rikta mot vårt material är att vi har få informanter. Vår undersökning kan inte ge en generell bild men däremot anser vi att vi att den kan ge en god inblick i hur unga tjejer tolkar och uppfattar bloggar. Detta är ett område som än så länge är outforskat. I vår problemformulering nämner vi att vi inte tillämpat ett genusperspektiv i vår undersökning. Det vi kan se i vårt resultat är att flera informanter är kritiska till de osunda ideal som framkommer på många bloggar. Därför tycker vi att det hade varit mycket intressant att undersöka vårt material ur ett genusperspektiv och om vi hade haft mer tid hade vi gärna gjort detta.

I inledningen av vår uppsats nämnde vi att vi tror att bloggofären har relevans för socialt arbete. Vi har sett hur stor del bloggar har i unga tjejers liv idag och hur de påverkas. Vi tror att det kan vara bra att som socialarbetare vara medveten om detta. Vi hoppas att bloggar kan användas på ett mer positivt sätt. Därför efterfrågar vi fler bloggar med ett bredare perspektiv och sundare ideal. Bara för att bloggare är vanliga människor betyder det inte att de ger en bild av samhällets

mångfald. Vi anser att de flesta bloggar idag håller sig till liknande ideal där stor vikt läggs på konsumtion, på att provocera och vara elak. Detta är något vi hoppas förändras. Vi tror att bloggssfären kommer växa och fortsätta vara en del av samhället. Därför hoppas vi att bloggssfären kan bli ett positivt inslag i unga tjejers liv och fortsätter att användas som en inspirations- och informationskälla. Vi anser att unga tjejer förtjänar förebilder som förmedlar sunda ideal och en positiv livssyn.

REFERENSER

Litteratur

Bandh, M & Kastås, S (2009) *Passion for Fashion - En studie om modebloggares påverkan på konsumenters agerande*. Uppsala Universitet: Företagsekonomiska Institutionen.

Cuff, E.C & Payne, G.C.F (1979) *Samhällsvetenskapliga perspektiv*. Göteborg: Korpen.

Ejvegård, R (2003) *Vetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.

Giddens, A (1999) *Modernitet och självidentitet – självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos.

Giddens, A (1996) *Modernitetens följder*. Lund: Studentlitteratur.

Giddens, A (2003) *Sociologi*. Lund: Studentlitteratur.

Goffman, E (2004) *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.

Gurak, L-J & Antonijevic, S (2008) *The Psychology of Blogging: You, Me and Everyone in Between*. Vol. 52, No. 1. American Behavioral Scientist.

Holm Sörensen, B & Olesen R. B (2000) *Børn i en digital kultur: forskningsperspektiver*. Köpenhamn: Gads förlag.

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

Lindqvist, J och Thorslund, E (2008) *Ungas integritet på nätet: En guide för föräldrar, pedagoger och andra*.

Lundsbye, M (2000) *Familjeterapins grunder: Ett interaktionistiskt perspektiv*. Stockholm: Natur och kultur.

Patel, R & Davidson, B (2003) *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur.

Rettberg W, J (2008) *Blogging, digital media and society series*. Cambridge: Polity Press.

Soxbo, M (2010) *Dagens outfit – och andra inlägg i modebloggsdebatten*. Kalla Kulor Förlag.

Statistiska Centralbyrån (2008) *Privatpersoners användning av datorer och Internet 2008*.

Starrin, B & Svensson, P-G (1994) *Kvalitativ metod och vetenskapsteori*. Lund: Studentlitteratur.

Tapscott, D (1998) *Growing up digital: the rise of the net generation*. McGraw Hill.

Turkle, S (1995) *Life on the Screen: Identity in the age on the Internet*. New York: Simon & Schuster, cop.

Turkle, S (1997) *leva. online*. Stockholm: Norstedts.

Våge, L, Stattin, E & Nygren, G (2005) *Bloggtider*. Stockholm: Sellin.

Widerberg, K (2002) *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.

World Internet Institute (2009) *Svenskarna och Internet 2009*.

Ziehe, T (1993) *Kulturanalyser - ungdom, utbildning, modernitet: essäer*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposium.

Elektroniska källor

Blanco, Q. (2010-03-02) *Exklusivt: Nyheter24 följer Kissies operation*: <http://nyheter24.se/noje/operationkissie/287231-exklusivt-nyheter24-foljer-kissies-operation>, 2010-05-12.

Bloggportalens topplista: <http://www.bloggportalen.se>, 2010-05-18.

Bloggportalen Kissies blogg: <http://bloggportalen.se>, 2010-05-08

Bloggtoppen Kenzas blogg: <http://www.bloggtoppen.se/blogg/14922>, 2010-05-08.

Blondinbellas blogg: <http://blondinbella.se>, 2010-05-08

Löfberg, C (2010) *Synlig och Osynlig I Cyberrummet - Presentation Transcript*. Stockholms universitet: Pedagogiska institutionen. <http://www.slideshare.net/CeciliaLofberg/synlig-och-osynlig-i-cyberrummet>, 2010-04-17.

Style by klings blogg: <http://www.stylebykling.tv4.se>, 2010-05-18.

Underbara Claras blogg: <http://www.folkbladet.nu/?cat=89>, 2010-05-17.

Intervjuguide

Hur gammal är du?

Jobbar du/ Går du i skolan?

Bor du ensam eller med dina föräldrar?

Var bor du?

Hur mycket tid lägger du på internet om dagen?

Har du en egen dator?

Vilken typ av bloggar läser du?

Är läsning av bloggar något du prioriterar?

Hur ofta/ Hur länge läser du?

- Hur länge har du läst bloggar?
- Hur började du läsa bloggar?
- Har du alltid läst samma sorts bloggar?

Vad betyder bloggar för dig?

- Får du någon speciell känsla när du läser bloggar?
- Beskriv vad det är som får dig att fortsätta läsa bloggar?

Läser dina kompisar bloggar?

- Brukar ni prata om bloggar med varandra?

Har du några favoritbloggar?

- Vilken typ bloggar är det?
- Hur skulle du beskriva dem?
- Varför är de dina favoritbloggar? Är det personen, stilen eller texten du gillar?

Vilken ålder har personerna som skriver de bloggar du läser?

Lämnar du kommentarer på bloggar?

- Vad brukar dina kommentarer handla om?

Är det någon blogg eller delar i en blogg som du inte tycker om eller är kritisk till?

Har du en egen blogg?

- Vad handlar den om?
- Hur ofta skriver du?
- Inspireras du av andra bloggar?

Har du köpt något som du läst/sett i en blogg?

- Varför köpte du det?
- Pratar du och dina kompisar om vad ni har köpt?

Inspireras du av bloggarna och deras livsstilar?

- Vad inspirerar dig? Yrkesval, karriär, klädstil, status?
- Ger de dig inspiration till att uppnå dina mål?
- Har dina mål förändrats efter du började läsa bloggar?

Tycker du att bloggandet har påverkat din vardag på något vis?

Läser du bloggar? Då söker vi dig!

Vi är två socionomstudenter från Malmö Högskola som ska skriva C-uppsats i vår. Vi skulle vilja intervjua dig som är tjej och över 18 år. Vi vill bland annat veta hur dina bloggvanor ser ut, vilka bloggar du läser och varför du läser dessa. Intervjun kommer att vara i cirka en halvtimme till en timme och ske på valfri plats.

Ditt deltagande är naturligtvis frivilligt och du väljer själv vilka frågor du vill svara på. Du har också rätt att när som helst avbryta intervjun och ditt deltagande i uppsatsen. Du kommer även att aidentifieras i vårt material.

Vänliga hälsningar
Malin Löf och Hanna Norrby