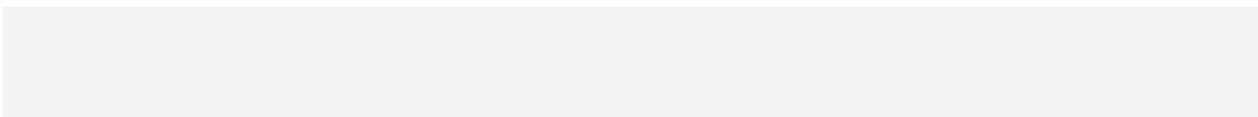


*Stefanie Åkesson Petrovic & Nora Albasim*

Varför bloggare bloggar samt förhållandet mellan privat och offentligt på bloggen

Intervju med fyra bloggare i Sverige

- En kvalitativ undersökning



Why blogger blogs and the relationship between the private and the public in blogs

Interview with four bloggers in Sweden

- A qualitative study

Malmö högskola fakulteten för Kultur & Medier. Konst, kultur och kommunikation (K3)

Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap 15 hp.

Vårterminen 2013

Handledare: Ulrika Sjöberg.

Examinator: Bo Reimer



## Abstract

Varför bloggare bloggar samt förhållandet till privat och offentligt på bloggen.

Intervju med fyra bloggare i Sverige, en kvalitativ undersökning.

Studiens syfte är att undersöka varför individer bloggar och hur de förhåller sig till privat respektive offentligt. För att ta reda på detta har vi använt metoden kvalitativ undersökning. Detta gjordes genom att intervjua fyra olika bloggare med olika åldrar och intressen. De intervjuade har ingen anknytning till varandra. Arbetet har jämförts med en tidigare undersökning utförd av Nardi et Al (2004) i USA. För att analysera detta arbete har vi läst Jürgen Habermas teori om privat och offentligt, professor Erving Goffman teori om bakre och främre regionen, diverse artiklar om hur medier påverkar det privata och det offentliga. Studien bekräftar att man bloggar främst för att man vill, med bakomliggande diverse motiv. Via bloggen blir de intervjuade sedda/hörda och får möjligheten att utöka nätverk. De intervjuade förhåller sig olika till privat och offentligt. Gränsen mellan vad som är privat och engagerar offentligheten är svår att dra idag.

**Nyckelord:** Blogg, bloggare, följare, inlägg, bloggplattform, privat blogg, offentlig blogg, personlig, privat

Malmö högskola fakulteten för Kultur & Medier. Konst, kultur och kommunikation (K3)

Författare: Stefanie Åkesson Petrovic & Nora Albassim

Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap 15 hp.

Vårterminen 2013

Handledare: Ulrika Sjöberg.

Examinator: Bo Reimer



## Innehållsförteckning

### Innehåll

Abstract.....	2
Inledning.....	4
Bakgrund .....	5
Typer av bloggar .....	5
Problemdiskussion .....	10
Syfte .....	11
Frågeställningar.....	11
Avgränsning .....	11
Begrepp .....	11
Teoretikern Jürgen Habermas teori om "privat" och "offentligt" genom historien.....	14
Tekniken påverkar dagens offentlighet.....	21
Bakre och främre regionen.....	25
Resultat från tidigare undersökning om varför man bloggar.....	29
Bloggar man för att kommunicera, i sådana fall vad innebär kommunikation? .....	30
Sociala Medier .....	32
Sociala relationer .....	34
Förstudie .....	35
Urval .....	35
Metod .....	38
Tillvägagångssätt .....	40
Resultat .....	42
<b>Slutsatser</b> .....	52
Avslutande diskussion.....	58
Källförteckning .....	59

## Inledning

När den teknologiska utvecklingen med ångmaskinen och mer tog fart kring 1800-talet har ett förändrat landskap bidragit till hur vi idag kommunicerar, integrerar och samtalar med varandra. Digitaliseringen, internet och huvudsakligen sociala mediers påverkan är ett ämne som är mycket aktuellt inom medier och kommunikation. Olika verktyg som mobiltelefonen, läsplattor och bloggar, bidrar till samhällsutvecklingen (Berglez & Olausson, 2009).

Nordicoms mediabarometer från 2011 visar att var femte internetanvändare läser bloggar en vanlig dag. Bloggar som skapas ökar ständigt som om det vore en trend.

En blogg är en form av digital dagbok på internet, en webbplats med inlägg som uppdateras löpande med senaste inlägget överst innehållande text, bild, ljud eller film och på så sätt kan bloggaren uttrycka sina tankar, idéer, ståndpunkter, lägga in nyheter, marknadsföra sig själv eller produkter, allmän information, evenemang och liknande. Det kan till och med handla om en ändrad inställning till samhället (Jenkins, 2012).

En blogg brukas både av privata individer samt näringslivet. Bloggen kan få så kallade följare som dels kan hålla sig uppdaterade men kan också göra kommentarer och på så sätt skapa en dialog. Strömmen av diskussion och samtal möter olika perspektiv och ståndpunkter i den offentliga sfären och informationen sprids väldigt fort. Teoretikern Henry Jenkins säger att det kan tyckas märkligt att föreställa bloggvärlden som en kraft som kommer forma information nästan lika kraftfullt som stora massmedie-kanaler.

(<http://search.proquest.com.proxy.mah.se/docview/195351553>)

När en läsare väl har hittat en blogg som han eller hon tycker om, kan läsaren bli aktiv och skriva kommentarer till bloggaren. Detta gör att läsaren känner sig som en del av utvecklingen av själva bloggen (Jenkins, 2012). Vilket kan vara positivt för bloggaren eftersom den får feedback om vad som kan göras bättre eller blir inspirerad att skriva om ett visst ämne vid nästa inlägg.

Med bakgrund av detta tyckte vi att det vore väldigt intressant att undersöka den bakomliggande faktorn, utifrån bloggares perspektiv, deras egna resonemang och huvudsakliga anledning till varför de valt att börja blogga samt hur de förhåller sig till privat och offentligt.

## Bakgrund

Idag behöver man ha teknisk kunskap för att platsa i den sociala världen och sociala relationer skapar ett samhälle tillsammans (Stiegendal 2002). Ungefär som psykologin säger vill man tillhöra en grupp, man vill kunna identifiera och utvecklas för att själv få en personlig roll i samhället. Vad en bloggare skriver och väljer att publicera iaktas av personer i en konstant utvecklande fas vilket kan skapa en samhällelig förändring eller gemenskap. De som bloggar får då ett ansvar vid publicering av material då de kan lyfta fram frågor och budskap som når ut till en stor publik som bara genom ett klick kan mångdubbla spridningen av information. Med den demokratiska yttrandefriheten blir gränsen mellan privat och offentligt allt tunnare vilket senare kommer diskuteras i teorikapitlet. Därför vill vi med denna undersökning och med intervjuer ta reda på varför man som individ bloggar och hur man förhåller sig till privat och offentligt på bloggen (Jenkins 2012).

Det har utförts tidigare forskning inom bloggämnet och artiklar som handlar om bloggar kan man hitta via Malmö Högskolas sökfunktion som kallas Summon. Nyckelord vi skriver är liknande som ”blog private public” och då kommer över fem tusen resultat fram. Beroende på vilka nyckelord man använder kan man få fram olika resultat. Vi kan konstatera att man utfört tidigare undersökningar, artiklar, böcker och mer har skrivits om bloggar. Avgränsningen vi gjorde var att vi sökte efter artiklar man kunde läsa direkt online via sökfunktionen Summon.

Vi fastnade även för en undersökning vi hittade på internet som gjordes av en man vid namn Nardi et Al (2004). Nardi utförde en studie i Amerika för att undersöka varför bloggare bloggar. Vi har läst hans resultat och använder lite av hans information i denna undersökning, men vi vill försöka utveckla synfallsvinklar genom vårt resultat i denna undersökning.

## Typer av bloggar

Det finns olika slags användning av bloggar. Man kan använda det som ett forum för personligt skrivande, likt dagboksskrivande. Man kan samla länkar och information eller sprida information för personligt eller ett företags syfte.

För många används de digitala/sociala medierna för att skapa kulturella och sociala sammanhang. Det är en öppen och offentlig onlinekommunikation som hjälper till att skapa online identiteter. Istället för att sitta med en skrivbok och skriva en dagbok med penna, papper fungerar nu bloggen som ett verktyg där tekniken är den största skillnaden. Bloggen är öppen, tillgänglig och kommentarer samt åsikter av andra/läsare får plats. Andra kan läsa bloggarens tankar till skillnad från ett vanligt dagboksskrivande och läsarna kan påverka genom att skriva kommentarer vid ett inlägg.

Många anser att bloggen används för att konstruera ett jag då man med hjälp av bloggandet kan kommunicera med vänner, förverkliga sig själv, tankar, idéer och bygga upp gemenskaper. (Sarrimo 2012).

Blogg har blivit något som ingår i det offentliga och många personer tar sitt första steg ut i offentligheten genom att börja blogga vilket skiljer sig från förr då man hellre var med i tv program för att bli känd. Möjligheter, för och nackdelar skapas i takt med utveckling av en blogg.

Individuella röster får större räckvidd via en blogg eftersom informationen blir mer lättillgänglig. Genom ett enkelt klick får man tillgång till enormt flöde av information.

Det är lätt att ta steget ut i offentligheten från skrivbordet i det privata hemmet. Vissa bloggare skapade en blogg för personliga anteckningar som sedan ledde till professionella karriärskapande (Sarrimo 2012). Genom att skapa en blogg och bli offentlig finns exempelvis möjlighet att få intressanta arbetstillfällen inom mediebranschen såsom tidningar, radio, tv m.m.

Traditionella medier och företag, reklambyråer, marknadsförare, informationsansvariga med flera anställer personer som skapar eller letar upp bloggar. Genom bloggen når de ut till en mängd läsare på ett annat sätt än genom de traditionella medierna.

Det är ett kostnadseffektivt sätt att genom bloggen uppdatera vad som är nytt i företaget, bygga ett varumärke eller skapa en kampanj. Samtidigt finns här en möjlighet till en dialog och man får chansen att veta vad publiken anser om företaget/kampanjen. Bloggen blir en plattform för marknadsföring och att skapa merförsäljning (Falkenberg & Heide 2011).

Enligt Gillian Young (2009), professor vid University of Leicester, har bloggar blivit en viktig aktivitet och nästan mer betydelsefull än vanliga dagstidningar då det ökande antalet blogg-användare bekräftar att fler och fler läser och skriver bloggar.

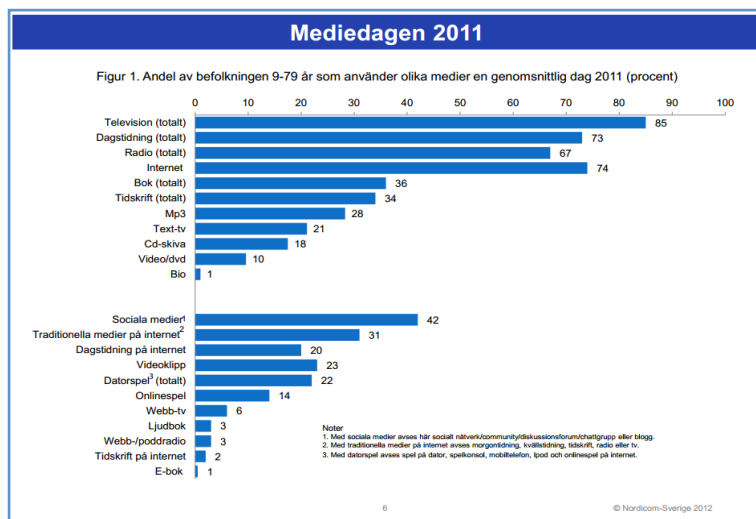
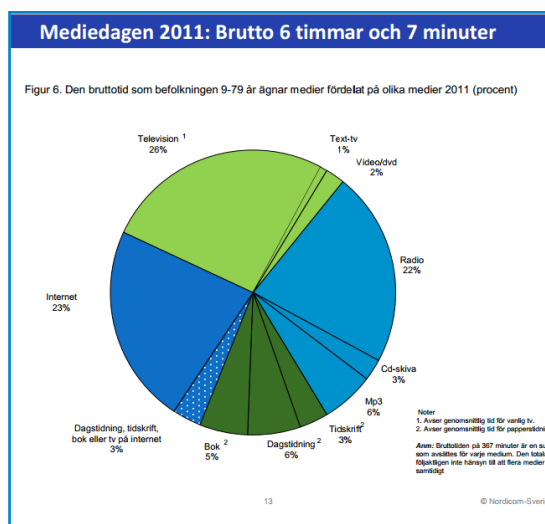
Bloggen är en stark kanal där människor kommunicerar med varandra. Bloggen har en kraftfull påverkan och gränsen mellan det offentliga och privata tunnas ut.

Det är därför intressant att undersöka varför individer bloggar och hur de förhåller sig till privat och offentligt på bloggen.

### Bloggar tar mer plats

En undersökning gjord av Nordicom, Nordiskt informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning, som görs årligen bland 9-79 år bland den svenska befolkningen som har tillgång till olika medier visar att utav olika massmedier som: radio, CD-skiva, Mp3, Television, text-tv, video/dvd, internet, dagstidning, tidskrift och böcker, så brukar man television och internet mest

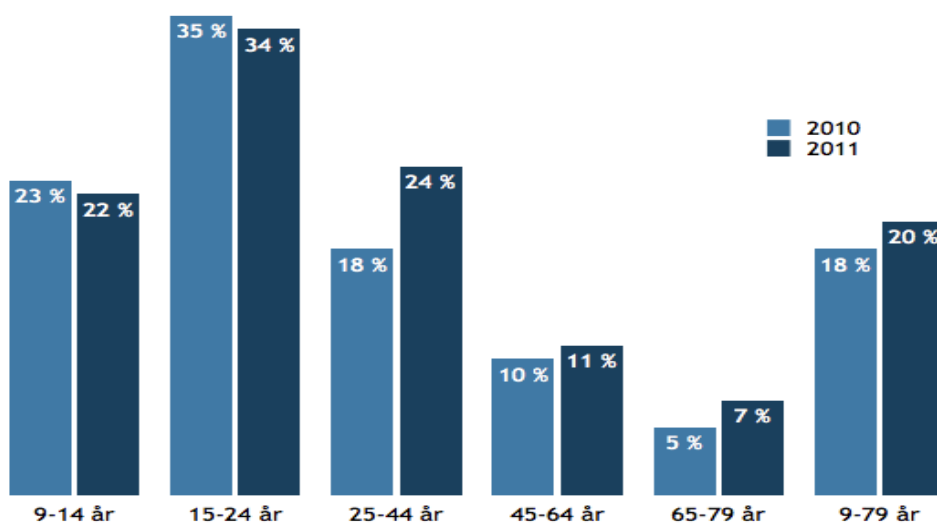
([http://www.nordicom.se/common/publ\\_pdf/363\\_Internetbarometer%202011.pdf](http://www.nordicom.se/common/publ_pdf/363_Internetbarometer%202011.pdf)).



Samma undersökning visar också att var femte internetanvändare läser bloggar en vanlig dag. Nedan visas andel internetanvändare i olika åldrar från 2010-2011, som läser någon blogg en genomsnittlig dag.

## Läser bloggar

Andel internetanvändare i olika åldrar som läser någon blogg en genomsnittlig dag, 2010 och 2011



Källa: Nordicom, Mediebarometer 2010 & 2011

Det är uppenbart att fler läser bloggar då även organisationerna Pew Internet och American Life Project i USA 2004 gjorde en undersökning som visade att en av fyra internetanvändare läser bloggar. Året innan alltså år 2003 läste drygt en av tio internetanvändare bloggar i USA (Gunter 2009).

Tabellen nedan redovisar andel bloggare och twittrare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läser blogg	14	9	18	15	31	20	7	3	4	14	14
Skriver i egen blogg	3	1	4	6	8	3	1	0	1	2	3
Kommenterar inlägg i blogg	3	2	4	5	5	4	2	1	1	2	3
Besöker twitter	2	2	2	0	5	3	1	0	0	2	2
Twittrar	2	2	1	0	3	3	1	0	1	1	2



Bloggande är ett växande fenomen. Att skriva och publicera material på nätet i form av dagbok dök upp i slutet av 1990-talet men kom till Sverige runt år 2005. Tusentals bloggar och dess popularitet ökar hela tiden. Technorati är en hemsida, en söktjänst på internet för bloggar som har följt bloggandets utveckling sedan år 2003. Enligt Technoratis undersökning skapades det cirka 120 000 bloggar dagligen under mars 2007. Två år senare, i april 2009, beräknades att det skapades 190 000 bloggar dagligen. En plattform på internet kallad Blogpulse överträffade Technorati med deras nya tillgång till att spåra och hålla koll på bloggar. Den 19 juli 2005 identifierades 14 079 326 bloggar enligt Blogpulse vilket var en ökning i blogg användandet eftersom det fem år tidigare, år 2000 endast kunde identifiera 5000 bloggar. Procentvis ökades det med 2816 procent på fem år. En undersökning enligt Intelliseeks Blogpulse visar att det varje dag skapas 53 040 bloggar och att det nästan publiceras ca 900 000 inlägg på ett dygn.

Blogger.com är en hemsida där individer själva kan starta en blogg. På blogger.com registreras det varje dag 375 000 användare och det publiceras mer än 1 300 inlägg varje dag (Jenkins 2012). I Storbritannien har de flesta intervjuade skapat innehåll i form av online-användare, byggt sina egna hemsidor, dagböcker eller webblogger varit för tidsfördriv (Gunter, 2009).

Enligt undersökningen Svenskarna och Internet 2012 (Findahl 2011) visar man hur blogganvändandet skiljer sig mellan pojkar och flickor. Över 50 % av flickorna i åldern 16-21 skriver eller har skrivit en egen blogg och motsvarande siffror för pojkar är 12 %. Enligt statistisk undersökning visas det även hur vanligt det är för flickor respektive pojkar att dagligen läsa bloggar. Mellan 16-25 års ålder var det 36 % flickor respektive 7 % pojkar som läste bloggar dagligen.

På senare tid har diskussioner med bloggare observerats mycket i andra medier såsom tidningar, radio och tv. Senast onsdagen 27 februari 2013 i ett TV4 nyhetsreportage intervjuade man Alexandra Johansson som driver en blogg för att uppmärksamma och påpeka om vilka kränkande kommentarer som förekommer på bloggen

([http://www.tv4play.se/program/nyheterna?video\\_id=2287699&utm\\_medium=sharing&utm\\_source=permalink&utm\\_campaign=tv4play.se](http://www.tv4play.se/program/nyheterna?video_id=2287699&utm_medium=sharing&utm_source=permalink&utm_campaign=tv4play.se)).

Enligt hemsidan (<http://www.blogportalen.se>), där man tentativt kan systematisera bloggsfären i Sverige, har KENZA Zouitnen Sveriges största privata men offentliga blogg. Den 23 februari 2012 blev hon inbjuden till TV3s talkshow Adam Live där hon blev presenterad som superbloggaren och synlig inför hela den svenska befolkningen (<http://www.tv3play.se/program/adamlive>). De pratade om kläder, belöningar och bloggar.

Bloggarna Alexandra Pascalidou och Tyra Sjöstedt blev den 16 november 2012 inbjudna till TV4 programmet "Efter tio" där de pratade om politik och bloggar ([http://www.tv4play.se/program/efter-tio?video\\_id=2240945](http://www.tv4play.se/program/efter-tio?video_id=2240945))

En annan undersökning gjord av studenter vid Stanford University i USA säger i deras rapport att deras informanter som hade bloggar, ofta fortsatte att prata om blogg ämnen i andra medier. Sådana medier och plattformar som textmeddelanden, telefon, e-mail men även ansikte till ansikte. Det bekräftar att diskussioner man för idag vid en social konversation ofta handlar om bloggar.

Den 8 augusti 2011 konstaterades att (<http://www.kenza.se>) blogg fick 966 598 besök/vecka. Enligt undersökningen ovan visas att andra sociala medier inte längre prioriteras utan läggs åt sidan, och bloggar tar mer och mer plats. På senare tid har det offentliga samtalet handlat om bloggar och bloggare som ökar i utsträckning.

## Problemdiskussion

Blogg är en plattform som fler individer brukar. Vid diskussion får bloggar uppmärksamhet. Bloggar nämns i olika medier som tv, radio och tidskrifter. Bloggar tar plats i dagens kommunikationssamhälle och verkar vara ett fönster som vem som helst kan synas i och göra sin röst hörd i. Det öppnar ett demokratiskt forum där grundlagen yttrandefriheten förverkligas då man kan tala om allt från himmel till jord. Tack vare internet kan denna information bloggare bidra med att sprida sig från världens alla olika hörn och kanter då vi med demokratin har öppnat gränser. Bloggar utökar och individer skriver av sig på plattformen. Åsikter, känslor, problem, funderingar eller liknande är för många och hölls tidigare privat, men via moderna bloggen uttrycker man sig idag om allt möjligt vilket syns offentligt. Gränsen mellan vad som är privat och vad som engagerar offentligheten tunnare ut. Detta tycker vi är intressant och har gjort oss

nyfikna. Därför vill vi med denna undersökning ta reda på vad som motiverar individer att starta och upprätthålla en blogg? Hur förhåller bloggaren sig till privat och offentligt?

## Syfte

Denna undersökning syftar till att ta reda på varför individer bloggar och hur de förhåller sig till privat och offentligt på bloggen.

## Frågeställningar

Vad motiverade bloggaren till att starta och upprätthålla en blogg?

Vad innebär privat och offentligt för bloggaren samt hur förhåller han eller hon sig till det på sin blogg?

## Avgränsning

Vi visste att vi ville undersöka bloggar och hade till en början många funderingar kring vilket område inom bloggvärlden vi skulle fokusera på. Alternativen handlade om allt från identitetskapande på bloggen, iscensättandet av jaget på bloggen, hatbrott som förekommer på bloggar, konsekvenser av publicerat material, etik och moral, kommunikation mellan producent och läsare, hur man använder bloggen för att skapa sociala relationer med sin målgrupp, olika strategier man använder som bloggare, till bloggare som bloggar för marknadsföringssyfte, vinstgivande syfte m.m.,

Vi har avgränsat oss från alternativen ovan och fokuserat på varför bloggare bloggar och hur de förhåller sig till privat och offentligt.

## Begrepp

### Bloggspråk

För att förstå denna undersökning bör man veta mer om de ord och termer som används inom bloggsfären. I nästa avsnitt har vi gjort tolkningar av ord, utgått från vissa böcker för att det ska bli lättare för läsaren att förstå begreppen.

## Blogg

Tack vare ny medieteknik (webb 2.0-applikationer) erbjuds aktivt deltagande och blogg är en hemsida på internet där bloggaren (ägaren till bloggen) själv väljer hur ofta man väljer att uppdatera med berättelser och information. Ungefär som en nutida dagbok i bloggformat. Som de säger i boken Jagets scen är bloggar idag ett populärt verktyg för självframställning, då de ofta används som dagböcker där personliga erfarenheter, känslor och reflektioner dokumenteras (Sarrimo, 2012).

## Bloggare

En bloggare kan vara en person eller som av eget intresse eller på uppdrag från företag uppdaterar kontinuerliga underrättelser. Bloggaren kan äga en eller flera bloggar. Kan kommentera andras bloggar eller framhäva betydelsefulla företeelser, vardagshändelser, debatter, annonser, produkter, varumärken med mera beroende på intresse.

## Bloggbesökare

Person eller det antal personer som besöker bloggar. Liknande bloggläsare.

## Bloggläsare

Får ta del av personers känslor och handlingar, se bild, text, film, eller ljud på bloggen samt kan kommunicera med andra och skapa innehåll genom att lämna åsikt i ett kommentarfält. Kan ta del av men även sprida information vidare.

## Följare

Personer som kontinuerligt följer och tar del av andras inlägg på deras blogg. Har ofta intresse om det ämne som bloggaren skriver om.

## Inlägg

Yttrande av publicerat material i olika former på bloggen som ägaren skapat. Oftast text och bild.

## Blogg-plattform

Bloggens ”kropp”, utseende som ägaren själv kan konstruera med grundinställningar, färger och där bloggans inlägg och läsarnas kommentarer påverkar utseendet samt skapar ”kött på benen”.

#### Privat blogg

En konfidentiell blogg som uppdateras av ägaren som inte är synlig/öppen för allmänheten, offentligheten eller flera då ägaren skyddar dagsanteckningar, information på bloggen med hjälp av en personlig kod. Endast ägaren har tillgång till koden men kan välja att ge koden till vänner, familj, bekanta, som med hjälp av koden sedan kan ta del av det publicerade materialet skrivet av ägaren. De som får koden kan inte publicera eget material på bloggen. De kan lämna kommentarer men endast blogg-ägaren har tillgång till att publicera informationen på sin egen blogg.

#### Offentlig blogg

Öppen eller allmän blogg som alla med tillgång till internet kan ta del av och läsa samt lämna kommentarer på utan förfrågan till tillträde. Man kan bestämma om det ska vara en privat blogg när man skapar den enligt ([https:// bloggportalen.se](https://bloggportalen.se)) som är en sökmotor för bloggar på internet.

#### Offentligt

Tillgängligt för allmänheten/alla.

#### Personlig

En enskild individuell person är privat och delar med sig av information som är intim, originell eller närgången i förhållande till personen som berättar och delar med sig.

#### Privat

En enskild individ inte är offentlig till samhället utan håller saker och ting, information mer hemligt eller konfidentiellt. (Almqvist & Wiksell 1987)

#### Offentlighet

Offentlighet var/är organisationer i öppen allmänhet som är tillgängliga för medborgare, i den publika sfären, där man kan föra fram en allmän opinion. Ofta representerar staten offentligheten som reglerar och bestämmer över det mesta, men det är folket som väljer staten.

## Teoretikern Jürgen Habermas teori om "privat" och "offentligt" genom historien

Jürgen Habermas, är en inflytelserik filosof, sociolog och samhällsforskare. Han har skrivit boken "Borgerlig offentlighet". Boken har varit väldigt aktuell inom programmet i Medie- och kommunikationsvetenskap på Malmö högskola när studenter bildat sig inom privat och offentligt. Därför väljer vi att använda Jürgen Habermas teori om privat och offentligt genom historien och det borgerliga samhället i denna undersökning. Jürgen Habermas teori börjar kring 1700-talet och borgerskapets framväxt som ekonomisk och kulturellt självmedveten klass. Sedan vidare genom 1800- talet som borgerskapets storhetstid. Den tecknar slutligen 1900-talet som ett förfall för den liberala typen av "borgerlig offentlighet". I detta kapitel sammanfattar vi Jürgen Habermas teorier om privat och offentligt, förändringar som skett under tiden från 1700 talet till dagens moderna samhälle. Det gör vi eftersom vi vill att läsaren ska se/få en inblick kring hur privat och offentligt med tiden har förändrats.

### **En antik offentlighet**

I det antika Grekland skapas begreppen privat och offentligt. I stadsstaten som kallades "Polis" och var ett område för gemensamma angelägenheter och "Oikos" som var området för det enskilda hushållets angelägenheter. Till skillnad från oikos-sfären där nyttigheter, produktion och reproduktion av livet där kvinnorna och slavarerna arbetade med det materiella, innehöll polis-sfären det offentliga livet där man diskuterade högre ting såsom rättsskipning, lagstiftning krigföring m.m. Här var det offentliga livet tydligt avskilt från det privata. Offentligheten i antik tid innehöll politiska delar såsom lagstiftning och rättsskipning och representerade demokrati.

### **En feodal offentlighet**

Mellan 1100-1600 talet, i högmedeltidens feodalism, fanns andra omständigheter. Under denna tid, hos den europeiska aristokratin, verkade gränsen mellan privat och offentligt vara utsuddad. Hans privata ledande av verksamheten på sitt gods var ett offentligt utövande av rättigheter och skyldigheter. Det var ett ekonomiskt ledarskap och organiserande av arbete och indrivande av skatter och avgifter som inte bara var ekonomi utan samtidigt en politisk organisering av egendomen eller länet som en politisk enhet. Därför var det omöjligt att skilja mellan privat och offentligt. Eller mellan ekonomi och politik. Den feodala, aristokratiska, ideologin var inte lik

den antika eftersom lagstiftning och rättskipning inte var en fråga för omröstning och diskussion. Därför representerade den makt.

### **Den borgerliga offentligheten**

Städerna blev indragna i handel som blev omfattande och medförde att handelsmännen och hantverkarna drogs in i processer som förändrade både deras egen och städernas roll.

I takt med varuhandelns utveckling utvidgades också förmedlingen av information om marknader, priser, råvaror, vägar etc. Varuhandel och nyhetsförmedling går hand i hand menar Habermas. Och här växte en ny kommunikationsstruktur som utgjorde ett viktigt element i det moderna ”borgerliga” samhället. Handelsmässor, olika platser och hamnstäder blev nyhetsplatser. Men det var nyheter som till att börja med inte alls var avsedda för någon publik eller allmänhet. Från början fanns informationsströmmarna enbart mellan firmorna och handelshusen. Behovet växte för ett nyhetsflöde men inte förrän merkantilismen under 1500-1600-talet då den absoluta kungamaktens politik syftade till att upprätta nationalstatliga ekonomier så att tillverkningsindustrin, handeln och bergsbruken skulle främjas. Den statliga politiken skapade regleringar och föreskrifter som karaktäriserade det ekonomiska livet. En aktiv handelsbalans där utrikes dominans och utrikeshandel skulle utgöra inhemskt välstånd. Pengar behövdes för genomförandet och skatteindrivning infördes.

Privat och offentligt började ta form – den moderna staten. Den feodala offentligheten började att upplösas. Där man tidigare inte kunde skilja mellan privat och offentligt hos de härskande feodaltherrarna inträdde nu en skillnad. Den moderna staten blev en mer opersonlig myndighet, en ”offentlig” makt.

Nu skapades också en ”privatsfär” som underkastades den offentliga myndighetens regler och tilldelades rättigheter av den offentliga myndigheten. En samexistens mellan stat och samhälle, mellan en offentlig myndighet och privatsfär började växa fram.

Under kapitalismens framväxt förändrades informationsflödet. Post och press växte fram mellan samhälle och stat. Staten, överheten, använde tidningen (som kommer från ordet tidener och betyder meddelande) och fick en läsande publik. Tidningen såldes ”offentligt” till en ”publik” och en ”allmänhet”.

Pressen fick en säregen publik av ämbetsmän, jurister, läkare, präster, officerare, professorer ”de lärda” och handelsmän, bankirer, förläggare, industri ägare, ”de borgerliga”. På den tiden kunde inte alla människor läsa och kunde heller inte räknas in i denna publik.

Denna borgerlighet dominerade marknaden och det ekonomiska livet som en särskild ”social sfär”. Ju starkare medlemmarna i den sociala sfären kände sig desto mer utvecklades spänning mellan dem och den statliga myndigheten. Habermas menar att överheten framkallade en reaktion hos denna sociala sfär som medförde att de inte bara godtog att vara publikum-adressatundersåtar. Utan som medvetna motspelare och eventuellt motståndare till myndighetens regleringar och påbud.

De borgerliga ordnade sociala institutioner i hamnstäderna, handelsplatserna och på finansgatorna där de kunde träffas och diskutera tidningsinnehållet. Vårdshuset, kaffestugorna, hemliga orden sällskap och salonger blev deras mötesplatser. Ett ”privatfolk” som samlades till ”allmän diskussion” eller en offentlig debatt”. Den ”borgerliga offentligheten” föddes. De samlades för att diskutera och kritisera staten. Från salongskonversation till kritiskt resonemang och de möttes med censur. Kungamakten förbjöd inte bara tidningar, tidskrifter och böcker men även kakaodrickande som ansågs vara farligt för säkerheten. Men självsäkerheten växte hos denna publik och man började ställa högre krav på frigörelse från staten. Krav på frihandel, avskaffande av statliga monopol ställdes samtidigt som krav på församlingsfrihet, religionsfrihet och tryckfrihet.

### **Det borgerliga samhällets sociala områden**

Under 1800-talet fick borgerligheten kraft i många länder och främst i England där de kunde genomföra sitt program. Det borgerliga samhället var inte bara stat (offentlig myndighet) och marknad (privat sektor). Det fanns även en riktigt privat familj. Det kan räknas som två privata sfärer. Det ekonomiska livet (marknad, produktion) en ”social sfär” och familjelivet den ”intima sfären”. Familjen var det privataste i det privata. Känslornas och religionens sfär var för borgenskapen en privat sak.

Historiskt, säger Habermas, handlade den borgerliga offentlighetens diskussioner handlade huvudsakligen om intimsfärens frågor om religion och moral för att sen handla om socialsfärens problem. Därmed fick båda sfärerna inom det privata området var sin ”offentlighet”. En *litterär*



*offentlighet* av dagböcker, brevskrivning, poesi och romaner växte fram och handlade om det mänskliga livet. En *politisk offentlighet* förhållandet mellan social sfär och stat som bestod av politik, ekonomi, vetenskap och journalistik. Det som vi fortfarande ser i vår dagspress på ledarsidor som diskuterar politik mellan kultur- och vardagssidor handlar mer om mänskliga problem.

### **Den borgerliga offentlighetens förfall**

Kapitalismens utveckling från konkurrenskapitalism till monopolkapitalism. Under 1800-talet skedde en förstärkning av marknadens frihet och den fria konkurrensen som bröts i slutet av seklet. Under 1900-talet påbörjades en förändring av samhället genom utveckling där statliga regleringar som tullar, satsningar på infrastruktur, utrikespolitik m.m. inträdde. Här växte nya statliga regleringar och ingripanden. Nu kom även nya funktioner såsom socialpolitik, kontroll och balans av det ekonomiska kretsloppet, industriell strukturomvandling, tillväxt av offentliga tjänster, ”Välfärdsstaten”/”Socialiststaten” blev ett faktum.

Genom regleringar i den tidigare privata sektorn uppluckrades gränser mellan stat och marknad, mellan stat och samhälle, mellan privat och offentligt. Den offentliga myndigheten griper in i det privata som Habermas kallar ”förstatligande av samhället”. Samtidigt sker en process på motsatt håll. Det privata invaderar staten. Intresseorganisationer, branschförbund och politiska partier uppstår. Genom rösträtt och partiväsen, parlament har staten förlorat sin särställning. Staten har nu blivit privata viljors intressen. Den tydliga sfärindelningen har börjat falla samman och bildar nya mönster.

### **Den nya ”intimsfären! – allt intimare**

Genom förstatligandet av samhället genomträngdes den tidigare ”socialsfären” av staten samtidigt som den tidigare ”borgerliga offentligheten” och framförallt den ”politiska offentligheten” ryckte in i staten. Samtidigt genomgick den ”intima sfären” en parallell omvandling. Efter hand som ”socialsfären” blir mer ”offentlig” blir ”intimsfären” mer privat och intim. Habermas talar om en motsättning mellan den sociala och den intima sfären. Han menar upplösningen från storfamilj till kärnfamilj. (Man kan se förändringen idag från där enföräldersfamilj är ganska typisk). Inte familjens storlek men sociala funktion där funktioner flyttas ut från familjen. I medeltiden skedde både arbete och reproduktion av livet inom storhushållet. Under kapitalismen flyttades arbetet ut från familjen medan

reproduktionsfunktionen fanns kvar. Kring 1900-talet flyttade även reproduktionsfunktionen ut, framför allt undervisning och omvårdnad av gamla och sjuka. Kvar blir det mest intima.

### **Den nya "socialsfären! – allt socialare**

I den tidiga kapitalismens borgerliga ideologi betraktades hela det privata området som "frihetens rike". Friheten till egendom, friheten att arbeta när man ville, friheten att köpa och sälja till vem man ville, osv. I och med sen-kapitalismen förändrades uppfattningen om var friheten fanns. Den nya "socialsfären" är dels offentlig och dels har ägandet förändrats eftersom produktionen mest bedrevs i personliga storföretag och aktiebolag. Arbetet blir mer och mer rutinerat, byråkratiserat och rationaliserat (Weber). Från att tidigare varit en personlig förlängning av personligt arbete är det institutionaliserat och reglementerat och anonymiserat i storföretagens bolagsstyrelser. "Frihetens rike" krymper till "intimsfären" där man känner sig fri och som människa. Det är på fritiden man känner sig som människa och odlar sig själv som människor, utvecklar sina anlag och hobbyer. Arbetslivet blir mer en plikt ju fler privata företag övergår till offentliga förvaltningar eller aktiebolag. Här blir alla lika lönearbetare. Den tidigare fria marknadens fria socialsfär har omvandlats till en re politiserad socialsfär. Arbetslivet blir den nya socialsfären. Habermas talar om refeodalisering. Privata företags beslut inskränks av offentliga regleringar som i sin tur kom till genom privata intressekamper och verkställs i förvaltningar med privata intressen och representerade i styrelser och råd. Privat och offentligt glider ihop och det blir inga tydliga gränser mellan ekonomi och politik. Denna offentlighet har inte längre någon klart egen sfär. Massmedia blir den allt överskuggande kanalen för offentlig diskussion och finns överallt.

### **Ett nytt publikum**

I senkapitalismens "borgerliga samhälle" ändrar sig publikens roll som ett förfall av den borgerliga offentligheten. Det läsande privatfolket som hade egendomar och bildning och som hade en offentlig mening eller allmän opinion har förändrats. Det finns inte längre en kulturellt och politiskt resonerande publik, menar Habermas. Utan snarare ett konsumerande. Istället för att som tidigare samlas i salonger, klubbar och kaffehus sitter den nya publiken i sin isolerade intimsfär och ser professionella debatter på TV. Publiken konsumerar och tar ställning i

efterhand men publiken formar inte och producerar inte som förr i olika diskussionsforum. Publiken formas medan allmän opinion produceras.

### **En ny offentlighet**

Tidigare borgerliga offentligheten formades av en publik som samlades till diskussion. Nu har den diskuterande offentligheten ersatts av kanaler för organiserade privatintressen. Intresseorganisationer, institutionaliserande masspartier växer samman med staten. Avgörande politiska beslut fattas inte längre efter en kritisk diskussion utan genom direkta överenskommelser och kompromisser mellan dessa organisationer och statsorganens tjänstemän. Då och då blir medborgarna indragna i maktprocessen men aldrig som processens skapare utan mer som konsumenter och enbart väljare. Ju mer den politiska diskussionen tagit plats i massmedierna desto mer har individerna isolerats till intimsfären. Genom TVn passiviserar de till politisk konsumtion. Därmed har det uppstått en ny offentlig debatt och en ny offentlighet menar Habermas.

### **Publicitet, allmän opinion och konsensus**

I den nya offentligheten blir publicitet också något annat. Habermas menar att tidigare var publicitet det som togs upp till diskussion i den självständiga publiken som samlades faktiskt till diskussion. Publicitet garanterade ursprungligen att frågan var genomdiskuterad. En garanti för privatfolkets kontroll över statlig makt och en garanti för att samhällets vilja skulle framföras till staten.

I den nya offentligheten tjänar publicitet lika mycket till att manipulera massorna som att i efterhand legitimera ett handlande hos dem. Istället för konsensus baserad på förnuftig diskussion träder kompromissen baserad på parternas styrkeförhållanden eller tillfälliga koalitionsmöjligheter fram. Etiken ger vika för det politiskt möjliga.

### **Massmedier och offentlig debatt**

Habermas plockar ut fyra stadier i pressens utveckling som han kopplar till olika faser i varu- och nyhetsutbytets historia men också till offentlighetens utveckling och förändring.

Den första fasen är nyhetspress.

Den andra fasen är kopplad till en tidig kapitalism med en borgerlig offentlighet där pressen huvudsakligen är en åsiktspress som läses och diskuteras där privatfolk samlas.

Den tredje fasen sker i sekelskiftet då de privata tidningsföretagen blev företag som lever på att sälja annonsplats och nyheter som en vara. Beroendet av reklam gör att framgångsrik annonsförsäljning ofta är en förutsättning för publicistisk verksamhet. Här sker en kommersialisering där pressen helt och hållet mister sin tidigare kritiska funktion gentemot en upplyst och diskuterande publik.

Den fjärde fasen sker i samband med framväxten av radio och TV under 1900-talet. Det kräver så stora investeringar att statlig reglering eller statligt ägande och monopol blir vanligt. Radio och TV är från början offentliga medier och de viktigaste kanalerna och informationen och diskussion förlorar sin privata karaktär.

Nu förstår man varför Habermas talar om ett förfall av den borgerliga offentligheten. De massmedier som blev kvar i privat ägo har förlorat sin kritiska funktion som ett redskap för en diskuterande publik. Annonssplatser och reklam, nyheter som profitmöjlighet, har gjort att kommersiella intressen tagit överhand över nyhetsintresset eller intresset för att kämpa för åsikter.

Det sker en sammansmältning mellan reklam och politik på ett nytt sätt. Genom storföretagens dominerande ställning i samhället får reklamen för produkter en ny dimension. Framgångsrik reklam kanske inte enbart ökar försäljningen utan skapar också good will hos allmänhet och beslutsfattare. Det blir en del i företagets PR. Och eftersom företaget finns på en marknad med subventioner och restriktioner så blir PR en fråga om politik. Även politiken blir reklampåverkad. PR tekniker breder även ut sig inom politiken. Politik saluförs till olika konsumentgrupper. Marknadsundersökningar varvas med opinionsundersökningar. Vissa säger att det inte är någon skillnad att sälja tandkräm och att sälja en politiker. De sammanflätade samhällssfärerna skapar sammanflätade offentlighetsformer där det kritiska förnuftet inte längre har någon plats menar Habermas.

## Tekniken påverkar dagens offentlighet

I detta kapitel berättar vi hur tekniken påverkar offentligheten då det privata blir synligt via olika tekniska redskap. Något som främjar och uppmuntrar offentligheten är medier. Under 1900-talet växer radio och tv fram i offentligheten och krävde stora investeringar vilket var så skrämmande att statlig reglering, statligt ägande blev vanligt. Därmed blev radio och tv offentliga medier. De förlorade dock sin kritiska diskussion för publiken. Reklam och politik knöts även samman. Kommersiella intressen tog över nyhetsflödet för att öka försäljning och även politiker blev reklampåverkade.

Tack vare internet idag kan många ta del av information. Människor är idag konsumenter som tar del av den moderna offentligheten. Idag förmedlar vi det verbala ordet och handlingar annorlunda till skillnad från förr och medier spelar stor roll i den nya samhällsutvecklingen vi har i offentligheten. Habermas anser att den traditionella offentligheten har minskat då medier mer och mer agerar på marknadens villkor. Medeltidens begrepp för offentlighet har därmed krympt. Idag blir offentligheten en del av många varierande offentligheter i samhället och förlorar samtidigt sin politiska kraft och funktion, offentligheten som från början växte fram med demokratin. (Habermas, 2003). Man diskuterar inte längre endast politik utan ämnen ändras konstant på olika offentligheter, det har lett till att offentligheten har fått nya infallsvinklar. Man kan säga att det bidragit till att vi idag har olika offentligheter, starka och svaga offentligheter. Effekten av att det finns en stor variation av offentligheter kan enligt Habermas leda till att politiska beslut fattas på ett mindre effektivt vis än tidigare.

Till exempel har tidningars makt att styra det offentliga samtalet i kulturdebatten förlorat alltmer sin förmåga att kontrollera och styra detta samtal då nya digitala medier med icke professionella aktörer är deltagande som amatörjournalister i form av blogg, vilket formar ett nytt medielanskap.

Bloggar är ett offentligt rum på internet där folk får dela tankar och uppfattningar i ett ständigt pågående samtal som kan handla om allt från pornografi, politiska, juridiska, kulturella diskussioner och är ett sätt för människor att knyta kontakt samt skapa relationer. Det är ett sätt för andra att samla information för att använda i andra medier, då man flyttar gränser och sprider sina åsikter fritt.

Det offentliga samtalet möjliggör intimisering med tal om orättvisor i samhället och medier, bloggar bidrar till känslostormar som kan leda till förändring när man diskuterar orättvisor och det bidrar till att uppnå en social förändring (Sarrimo, 2012).

Ju mer medierna kom in i samhället desto mer privata var de offentliga personerna tvungna att bli för att få uppmärksamhet av folket (Goffman 2004). Istället för privat kan man också säga personlig som innebär att en enskild individuell person är privat och delar med sig av information som är intim, originell eller närgången i förhållande till personen som berättar och delar med sig. Politikerna behövde till exempel visa sig själva som mer humana än att endast visa upp sig som ledare som de gjorde innan medierna kom för att få fler röster.

Blogg är en fler vägs kommunikationskanal mellan läsare och producent. Till skillnad från de traditionella medierna (tv, radio) som är envägskommunikation. Från producent till mottagare där publikens roll i kommunikationen endast är passiv, för att ta in information utan att ha möjlighet att förändra. I de nya medierna, bland annat i bloggkulturen, har man genom kommentarfältet en chans att skriva det man tycker, ge komplimanger eller kanske hålla med om det bloggaren har skrivit vilket bjuder in till dialog. Individer blir deltagande igen tack vare olika forum på internet.

Enligt (Jenkins 2012) letar de som sitter och kollar runt via nätet efter personer som är mest lika de själva, därför hittar läsare oftast fler bloggare som skriver om det man själv är intresserad av. Habermas har också sagt att offentligheten bidrar till att ge sig själv ryktbarhet och behovet att ge sig själv en evig identitet. Det kan då vara viktigt att man får specifika behov representerade i en offentlighet där personlig, känslomässig yttrande får det privata hört.

Sociala mediers betydelse bidrar till politiskt deltagande (Habermas 2003). Politiska bloggar som förs av parlamentsledarmöter eller av kommuner lyfter särskilda frågor offentligt för att påverka men det är ”personliga” samband, personliga insikter och personliga väljare som vävs in i bloggen.

De som för personliga bloggar är oftast huvudsakligen privata och delar personliga händelser med familj och vänner. Men allmänheten kan ta del av och se informationen på ett helt annat sätt. Till exempel kan en persons självbiografi på bloggar leda till att man ökar möjligheten till att förverkliga sina drömmar, passioner och bli upptäckt inom bloggvärlden. Att välja en viss

livsstil. Detta kan också leda till en ”bryta ihop”-biografi om man gör felaktigt val. Man delar publikt med sig sina mål och drömmar man har och vill uppnå. Glädjen i att dela med sig till fler när man når sitt mål kan bli enorm och glädjeric. (Sarrimo 2012) Men det finns även en risk att om man inte når förväntningarna och sina mål, då blir nedslaget stort eftersom många tar del av det då det ligger publicerat. Dvs. att om fasaden inte håller kan skammen påverka bloggaren personligt och därmed påverka dess publik. (Baym, 2010)

Idag är det publika allt mer en stor del av det privata och Habermas syn om den borgerliga offentligheten tycks komma in på privata idag. Privat och offentligt står ömsesidigt i förhållande med varandra. Personliga roller gör inflytande på det intima i det offentliga (Habermas, 2003).

## Vad är privat

I detta kapitel vill vi berätta mer om vad som tolkas som privat för att läsaren ska få förståelse och övergripande infallsvinkel kring vad som tolkas som privat. Vi har använt oss av Jürgen Habermas tolkning om privat men även olika hemsidor som berättar mer om ämnet.

Förr i tiden såg man en klar gräns på vad som engagerade offentligheten och vad som skulle hållas privat. Under medeltidens begrepp för offentlighet fanns även begreppet privat. Det som hörde hemma i ordet privat då var sådant som inte engagerande en allmän publik. Det kunde handla om kvinnor, det privata hushållet, sexualitet, problem, bråk inom familjen, ekonomiska problem. Inom familjens ”intimsfär” hörde känslor, religion och moral till inom området privat. Familjer som exempelvis hade slavar som hjälpte till i hushållet skulle hålla det privat och inte synliggöra det för mycket då det inte engagerade offentligheten. (Habermas 2003)

Bloggar är en öppen dörr in till det privata enligt LJ Ulrich som är en kolumnist på The Daily Athenaeum. Facebook och bloggar är system som bokstavligen är en guldgruva av information: namn, adress, mobiltelefonnummer, politisk tillhörighet, intressen, hobbys, länkartade kontaktnät och otaliga fotografier som regerar i offentligheten på internet. Detta innebär att de som är aktiva på dessa sidor exponeras för en stor offentlighet som kan ta del av privata saker (Fletcher, 2007). På bloggar delar "personer motstycke mängder personlig information med totala främlingar, potentiellt miljontals av dem. När privata personuppgifter publiceras på nätet kan identitetsstöld förekomma vilket många inte tänker på när de postar saker vilket kan resultera att bli något negativt. Man kan via bloggen bygga upp publika relationer med andra, men i verkliga livet ha

andra relationer med andra. Man gråter inte längre privat. När man är ledsen delar man gärna med sig av känslor, bilder och händelser till en publik vilket bryter mot traditionella mönstret från förr då man grät bakom stängda dörrar. Mammor publicerar även hur de ger sitt barn bröstmjolk på nyblivna mammors bloggar för att mammorna vill få råd och tips vilket kan ses som något väldigt privat (West m.fl 2013).

Tillträde till dagens offentlighet visar den privata sfären såsom boende och levnadssätt oavsett tekno-, ekonomisk utveckling. Den är en tunn vägg mellan grannar och den privata sfärens gränsdragning. Blogg anses vara en personlig hemsida med dagliga uppdateringar och har väckt frågor om den traditionella klyftan mellan ”offentliga” och ”privata” människors liv. På internet tack vare blogg kan man dela med sig av information och kommunicera online vilket kan påverka allmänhetens engagemang i demokratiska processer (Barrie 2009). Medborgarnas deltagande på olika plattformar kan tack vare internet och olika medieteknik göra det svårare att fatta beslut inom t.ex. en gemensam europeisk offentlighet som vi inte längre har. Vid Brighton University, London undersöker man offentliga kontra privata sfärer av bloggande och att blogga på ”allmänheten” kan vara personligt och då kan privat bli offentligt (Youngs 2009). Till exempel produceras bloggar av politiker för att främja sin manifest och de avslöjar personliga uppgifter om sina familjer och livserfarenheter.

Televisionen har en makt där televisionen placerar viktiga frågor angående nationen och definierar kärnvärden, men den som bloggar kan formulera om dessa frågor för olika målgrupper och se till att alla har en chans att blir hörd. Bloggare bloggar för det är ett sätt att främja politisk medvetenhet, om vardagliga händelser men delar även med sig om familjer problem för att få råd av andra (Jenkins 2002).

Bloggandet växer som online-fenomen och har inverkan på områden som nyheter, politik och sociala nätverk vilket tas på allt större allvar. Bloggar sprider sig snabbt som ett fenomen och att dess exponenter blir mer kompetent, dess informativa, politiska och sociala roller och influenser kommer sannolikt att växa (Barrie 2009).

Man använder inte det offentliga rummet endast för att få fram en politisk mening idag utan även för att få sig själv och sina erfarenheter synliggjorda. Mycket i dagens offentlighet handlar om intimsfären som har det privata som centrum. Man kunde börja säga att familjen blev allt



privatare och arbets-, organisationsliv blev allt offentligare. Privatsfären blir befriande i sociala medier (Jenkins 2002).

Det har lett till att vi idag har en social offentlighet som undandrar skillnad mellan privat och offentligt. Offentligheten ändras alltså till att man tar upp specifika delar från det privata området med hjälp av att individer i det publika skapar interaktion med varandra. I den sociala sfären kan man sedan undra vad som är skillnaden mellan privat och offentligt.

För att förstå vilket slags bloggande som utförs kan man fastställa avsikten med personens bloggande, om det är privat eller offentligt. För att se dessa offentliga eller privata kopplingar kan man ställa frågorna: Skälen till varför man skulle blogga, karaktären och innehållet i bloggen, de läsare de syftar till. Vilka typer av fakta presenteras till vilket syfte? Men i denna undersökning vill vi ta reda på hur intervjupersonerna förhåller sig till privat och offentligt.

Förr bestod traditionell offentlighet av tid och rum, men med mediernas tillgång till internet försvinner enskilda offentligheter bortom gränser och onlinevärlden underlättar tillgängligheten.

Offentligheten växlar mellan fysisk plats och socialt utrymme, tack vare de nya medierna. Konsekvenserna av medieutvecklingen har blivit att man inte kan se offentligheten som ett rum eller sfär längre som tydligt skiljer olika innehåll från varandra (Youngs 2009).

## **Bakre och främre regionen**

I detta arbete kan det vara bra att veta mer om bakre samt främre regionen då det handlar om vad man väljer att berätta när man delar med sig av någonting. Det handlar om den roll man väljer att ha på sin plattform bloggen och publicerat material handlar om bakomliggande motivationer.

Idag riktas man in på individualiseringsideologin när man skapar något själv. När en individ väljer att starta en blogg och skriva om saker som händer i individens liv samt ger allmänheten tillåtelse att läsa det de har skrivit, formar oftast individen bakom bloggen en främre och en bakre region. Den främre regionen är själva bloggen. På bloggen publiceras material som vem som helst med tillgång till internet kan ta del av. Alla kan enkelt få tillgång till bloggen genom att gå in på internet och skriva bloggans länk.

I bloggen har individen/bloggaren bildat en ytlig fasad och spelar en särskild roll som läsarna lär känna ju mer de läser bloggen. Den roll man har i bloggen, fasaden och det ”ytliga skådespeleriet” som publiceras på bloggen, förväntas bloggaren vara i det verkliga livet, eftersom det är den rollen läsarna lärt känna. Speciellt om det är en känd blogg kan det vara extra viktigt att ha samma roll i det verkliga livet som publiceringen i bloggen, för att deras blogg inte ska uppfattas som falsk. Om bloggen eller personen uppfattas eller framstår som falsk kommer folk att sluta läsa bloggen och succén blir inte lika framgångsrik (Goffman 2004).

Den bakre regionen är bloggarens beteende i det verkliga livet. Det är kanske inte samma roll eftersom bloggaren inte behöver göra något särskilt intryck som den vill inför en publik. I hemmet till exempel är man väldigt avslappnad, bekväm och man behöver inte tänka på hur man framställer sig när man kopplar av i soffan framför tv med en kopp te. Via blogg vill bloggaren locka läsare att fortsätta läsa bloggen, att hålla med om åsikter i ett visst ämne, därför kan bloggaren överdriva vissa beteenden för att få fram sitt budskap. Det vill säga avsikten med bloggandet.

Alltså är bloggarens främre region den roll bloggaren tar på sig. Det är ungefär som att bloggaren har på sig en mask vid framställning av material på bloggen när det handlar om beteende, i text, i uppträdande och så vidare på bloggen. Den bakre regionen är deras riktiga jag och beteende i det verkliga livet. Det handlar om inre motivationer, målsättningar som motiverar bloggaren att framställa sig på ett visst sätt för att uppnå mål och drömmar (Goffman 2004).

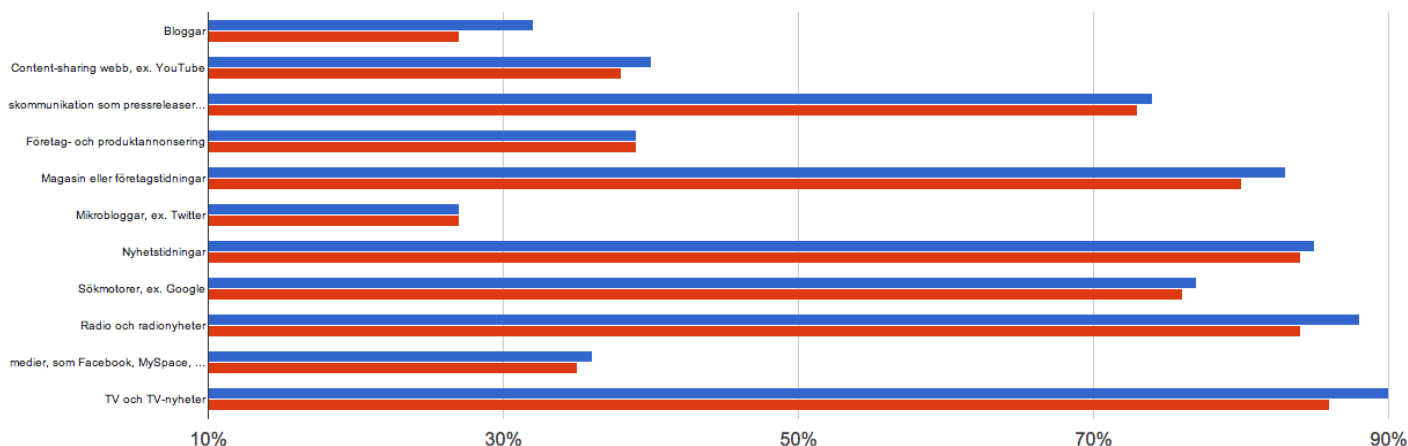
Blogg är också ett redskap att kunna förverkliga den man egentligen vill vara. Det kan till exempel vara att bloggaren skrivit ett ilsket inlägg om något/något nyligen, och det kan låta som att bloggaren själv kommer att skapa en demonstration om det hela för att han/hon är så arg. Men i själva verket slutar ilskan efter själva inlägget (Goffman 2004). Inlägget kan, oavsett om bloggaren är medveten eller omedveten om det, väcka uppmärksamhet och skapa en rörelse som aldrig hade skapats om det inlägget inte blivit av. Vilket kan leda till en förändrad syn inom rörelser, eller till och med samhällsförändring (Jenkins 2012). Någon som lyckades med detta är till exempel en av våra intervjupersoner Felicia Margineau då hon skapade en Facebook-grupp, som organiserade att över 10 000 människor samlades på Sergelstorg i Stockholm för att demonstrera mot att Sverige demokraterna fått en plats i riksdagen 2010. Deras plats i riksdagen förargade Felicia som rent av ilska skapade en grupp som mot hennes förväntan orsakade en stor

demonstration, och medial uppmärksamhet. Bloggar och kommentarer kan leda till förändringar men också en dålig sida. Kommentarer kan vara kritik istället för komplimang. Vilket kan göra att bloggen inte blir omtyckt, som kan leda till att mindre besökare kommer in för att läsa bloggen, och därmed utgör ett hot för bloggarens existens.

Publikens åsikter och kommentarer kan väcka uppmärksamhet om bloggarens negativa sidor som kan leda till att fler håller med och som till slut kan leda till ett personligt näthat mot bloggaren. Det kan vara allt från att bloggaren publicerat något som är moraliskt fel, till små stavfel som vissa kan hänga upp sig på. Samtidigt som de nya medierna och chansen att uttrycka sig direkt till producenten är ett sätt att skapa gemenskap, kan det också vara det största hotet mot bloggaren eller dem som står bakom kommunikationen (Falkheimer & Heide 2011).

Därför måste man vara kritisk till det man läser i bloggar eftersom de tenderar att få sin information genom rykten och är kända för att vara väldigt subjektiva. Man bör även vara väldigt försiktig med hur pass mycket man ska tro på det man läser i en blogg. Vara noggrann med att leta upp källor till det bloggaren har skrivit om för att sedan kunna avgöra om fakta stämmer eller inte (Jenkins 2012).

Edelmans PR's Trust Barometer/Sverige. Hur mycket litar svenskarna på informationen om/från ett företag på följande plattform.



Rykten kan skapa rörelser där publiken har chans att kommentera och uttrycka sina åsikter. De traditionella medierna kan ses som mindre trovärdiga. Eftersom de anses ha speciella

mallar/agenda att utgå ifrån i första hand, istället för att lyfta upp det som är mest relevant för folket att veta. Detta kan skapa förändring i den digitala demokratin. Vilket kan göra att man får tag på information som traditionella medier aldrig hade kunnat visa upp för allmänheten och därigenom skapa en ny version av en händelse eller ett påstående. Det blir även vanligare att lösa problem kollektivt.

Folk kan även bilda en uppfattning genom att endast få höra en händelse, eller ett antagande av en viss grupp människor och dra drastiska beslut därefter utan att kolla upp det med en expert först. Inte alla kan ta del av den information av experter eftersom den endast visas i specifika hemsidor som inte alla i allmänheten känner till (Jenkins 2012).

Falkheimer & Heide (2011) håller inte med och anser att alla kommunikatörer har mer eller mindre riktlinjer för vad man får och inte får skriva om, och att alla har vissa regler och normer de måste förhålla sig till. Anledningen till att hålla dessa regler är inte för att vinna eller förlora publik, utan mer för att behålla sin plats kvar inom branschen.

Alla producenter, vare sig det är privatpersoner eller stora företag som publicerar något i medierna förväntas ha ett samhällsansvar. De som skapar en blogg till exempel, kanske skapar det för att man vill synas, påverka mottagarna som läser bloggen och för att sprida budskap. Uttrycker sig bloggaren om något rasistiskt till exempel och folk blir påverkade, kan det innebära en början på ett hat mot en specifik folkgrupp som i värsta fall kan leda till en negativt förändrad samhällssyn. Det kan också missförstås och därmed bilda näthat mot författaren av bloggen. Allt kan hända om kommunikatörerna inte har ett visst ansvar för det man publicerar (Falkheimer & Heide 2011).

Oftast är bloggaren medveten om vad man publicerar. Om författaren av bloggen är medveten om det han/hon skriver om, kan de ha en strategi över hur man ska skriva för att kunna locka folk till att läsa. Författaren vet vad man ska ha med och vad man inte ska ha med. För att kunna utveckla bloggen och göra den så bra som möjlig har författaren vissa faktorer att gå efter för att kunna skapa en lyckad kommunikation. Bloggaren väljer en målgrupp och utgår från vad deras behov är och vad dem är intresserade av för att locka dem till att läsa bloggen. Bloggaren bör ha en kontinuerlig kontakt med sin publik och vara tillgänglig för att förtydliga om något budskap är otydligt. Bloggen ska ha väsentlig information och skrivet på ett språk som är enkelt att förstå.

Bloggaren bör uppdatera ofta för att den ska vara intressant och aktuell (Falkheimer & Heide 2011).

Om bloggaren är medveten om det han/hon skriver om, har de en strategi över hur de ska skriva för att kunna locka folk till att läsa. Om bloggaren känner sin målgrupp vet den vad de är intresserade av att ta del av eller inte.

Bloggaren kan via sin blogg börja bete sig som samma person både på bloggen och i det verkliga livet och på så sätt skapa ett starkare förtroende för publiken. Bloggaren börjar själv tro på fasaden/rollen den skapat via bloggen i det verkliga livet (Goffman 2004). Baym (2010) anser däremot att den fasad man har i bloggen inte behöver vara en fasad utan det kan också vara en version av sig själv man alltid haft i sig, bara att man aldrig vågat visa det i det verkliga livet.

### **Resultat från tidigare undersökning om varför man bloggar**

Detta kapitel kommer handla om en undersökning som gjordes 2004 av Nardi Et Al. Nardi Et Al intervjuade olika bloggare i USA kom man fram till fem huvudsakliga orsaker till varför man bloggar. De hittade bloggarna genom andras bloggar, genom tips av vänner samt genom länkar till olika bloggar via hemsidor, meddelanden och sociala nätverk.

Bloggarna de undersökte handlade om känslomässiga uttryck, de flesta uppdaterades dagligen med nya inlägg om problem som uppstod i individernas liv samt vardagshändelser. Vissa vände sig bara till sin familj som publik, andra var medvetna om att man hade en bredare krets av läsare och då talade man inte om t.ex. politiska åsikter.

Nardi Et Al kom fram till dessa huvudsakliga motiv till varför man bloggar:

Bloggar för att dokumentera sitt liv.

Bloggar används för att dokumentera och uppdatera familjen och vännerna om vad som händer i bloggarens liv, ofta genom bilder. Till exempel vid resor kan anhöriga oroas och då kan man via bloggen lägga upp bilder och texter som de kan ta del av och stilla sin oro. Att blogga ses som ett överlägset medel att uppdatera till skillnad från ett massmejl. Ett mejl kan uppfattas som

påträngande medan man via bloggen inte ”tvingar” andra att uppmärksamma händelser på samma sätt och bjuder in till frivillig läsning.

Bloggar för kommentera

Vissa bloggar för att kunna uttrycka sina åsikter och påverka andra och genom bloggen göra sin röst hörd. Eftersom bloggen är en öppen plattform är det enklare att uttrycka eller kommentera åsikter än att göra det öga mot öga eller via mejl.

Bloggar för att rensa sina känslor och känslomässiga spänningar

Bloggen är också ett sätt att skriva av sig och få utrensning av sina känslor, eller känslomässiga spänningar. Ungefär ett sätt att få fred i sina tankar.

Bloggar som inspirationskälla

Man gör inlägg och kommentarer som ett experiment för att testa hur folk reagerar när man delar med sig av tankar och idéer. Bloggen används som en musa, det vill säga inspirationskälla. Man får också en publik som formar ens skrivande och ett arkiv av återanvändbara inlägg samt får en publik som får en att vilja uppdatera inlägg eftersom de förväntar sig nya inlägg.

Blogg som ett gemensamt forum

I detta forum kan man ta del av varandras åsikter. På så sätt utveckla och skapa en kunskapsbank. Här kan man också dela länkar och dela gemensamma intressen kring samma frågeställning.

### **Bloggar man för att kommunicera, i sådana fall vad innebär kommunikation?**

Bloggen bidrar till ett nytt sätt att kommunicera med andra. Många använder bloggar just för att göra sig hörd, för att dela med sig av information och helt enkelt för att kommunicera. I detta kapitel berättar vi vad kommunikation innebär och hur den traditionella kommunikation dragen kan skilja sig från blogg kommunikationen som förs idag. Dagens kommunikation har i den publika/allmänheten fyra funktioner. Sådana som: fysiska platser och rum (som torg öppna för alla), skillnaden mellan publika gemensamma och privata angelägenheter, den läsande

allmänheten som är inom kategorin social och den allmänna opinionen som skapas via offentliga diskurser. Alla dessa representerar offentligheten.

Enligt (Habermas 2003) skapas offentligheter via språket kommunikativt, olika kommunikativa strukturer och tryck påverkar eller bidrar till offentlighet. Verktyg för detta är också de mediala kommunikationsverktygen som blogg där man kan träda fram och samtala. Kommunikation kommer från det latinska ordet ”communicare” som betyder ”göra gemensamt” (Jansson 2009).

Communis liknar begreppet gemenskap eller som det svenska ”kommun”. Kommunikation är viktig för gemenskapen i ett samhälle då det handlar om en process snarare än om ett tillstånd. Det tycks vara något som sker mellan flera människor och som för dem ihop. Med kommunikation sprider man olika budskap och kan föra människor närmare varandra. Många bloggar för att lära känna fler med gemensamma intressen. Denna grupp kan skapa förändringar tillsammans och ju fler man är desto starka blir man.

Tack vare medier har det sociala sättet för kommunikation förändrats. Att skicka budskap över stora avstånd, att lagra och sortera olika slags innehåll, har blivit lättare. Bloggen är ett redskap att använda för att nå bortom olika gränser. Oinbjudna gäster kan producera kontinuerlig information som du kanske inte finner önskvärd. Kommunikation kan visa individers position i samhället där man producerar strukturer för att förhålla sig till en publik (Jansson, 2009).

Samtal, meddelanden och att informera samt utbyta åsikter är en del av vad kommunikation är. Men även minnen, samhörighet och ritualer vilket gör att struntprat kan skänka en känsla av tillvaro. Kommunikation spelar alltså roll för social betydelse och bjuder in till diskussioner och stridigheter (Jansson 2009). Idag har kommunikationen förändrats tack vare sociala medier.

Det finns olika typer av kommunikation som muntlig och skriven kommunikation. Även språk, teckenspråk, kropps språk, ögon kontakt, lukter, signaler som visslingar och oftast kommunikation med ord. Vissa av dessa sinnen stimuleras inte via en blogg som oftast innehåller ren text. Kommunikation skapar förståelse mellan sändare och mottagare. Man kommunicerar oftast för att utbyta information och få mottagaren att känna sig delaktig. Kommunikation är en social funktion sin används för att skapa eller säkra relationer mellan människor. Kanske därför väljer fler att blogga.

När man kommunicerar kan uppskattning från omgivningen öka självaktningen och självförtroendet. Man kan alltså få bekräftelse via kommunikation och god kommunikation kräver ständig feedback. Man kommunicerar oftast för att skapa samvaro, men kan även skapa konflikter. Det är även grund för att skapa gemensamma strävanden och klarhet människor emellan för att bidra till utveckling i samhället. När känslor blandas in i sättet man kommunicerar kan man skapa närhet eller avstånd till människor. Oftast fortsätter positiv kommunikation till en bra fortlöpande dialog som inte avtar, men det kan också vara ett sätt att manipulera andra, styra andra in att uppnå det man vill. Feedback hjälper en person, grupp eller organisation att växa. När man kommunicerar påverkas alltså välbefinnandet, hur vi mår, hur väl jobbet går och hur våra relationer fungerar.

## **Sociala Medier**

Vad är sociala medier och varför hör blogg till inom ämnet sociala medier? Det kommer vi berätta mer om i detta kapitel. Sociala medier är nätverk som skapas via nätversteknologi och tillåter användare att lägga upp, dela med sig och ta emot information, att interagera och konversera. Sociala medier nämns ofta i det nya medielandskap vi lever i idag. Nätverk skapas för att åstadkomma en tillhörighet via till exempel Facebook, MySpace, Twitter, Youtube, blogg m.m. Man använder text, bild, ljud och film för att skapa en självbiografi, för att berätta och dela med sig av sitt liv samtidigt som man håller kontakt med sina vänner. De nya medierna ersätter många av de äldre plattformarna men har fortfarande samma funktion nämligen att de är sociala och digitala. Televisionen, radio och tidningar skapar ingen direkt interaktion mellan individer och kan därför inte ses som sociala. Däremot brev, telefoni och telegrafi tillhör de äldre medierna som fått bemärkelsen sociala medier för att de brukas i dialogisk kommunikation.

Sociala medier vi har idag skapar en vision om gränslös kommunikation och tillgänglighet vart du än befinner dig i världen. En stor skillnad mellan gamla och nya medier är att bland de gamla medierna fanns det en gräns mellan medieproducent och publik. Men idag kan publiken publicera genom egna medier, kommentarer och diskussionsforum vilket påverkar samtalsämnet. Gränsen mellan publik och medieproducent avtar (Jansson 2009).



De sociala medierna idag kan bidra till att människor är ensamma tillsammans. Istället för att individer engagerar sig i samhället, upphör man att vara fysiskt social för att de sociala medierna bidrar till att man skapar olika slags ytliga skådespel på bloggscenen (Jansson 2009).

Gränsen mellan verklighet och fantasi kan suddas bort. Vanliga individer kan sprida nyheter och nå ut till lika stor publik som en nyhetskanal tack vare de sociala medierna.

Globaliseringen och internet skapar möten mellan människor oavsett avstånd vilket öppnar rum för människor att uttrycka sig. Medieutbudet ökar därmed användningen som gör att individer kan intressera sig av sådant som ligger bortom ens egen kultur eller verklighetsuppfattning. Något som tar plats i vardagsumgänget idag är bl a Facebook, Youtube eller bloggar och gränser mellan det privata och offentliga blir oförutsägbar.

Kommunikation via sociala medier bidrar till att man skapar något utifrån egna intressen vilket kan leda till olika publikgrupper. Varje individ får möjligheten till att uttrycka kreativitet vilket öppnar möjligheter att byta/dela information och idéer som blir nyttig för demokratin. Enkel riktad kommunikation från sändare till mottagare gör det lätt för en individ att veta vad man ska ge respons på eller känna sig delaktig i (Jansson 2009).

Spridning till flera gör att många kan känna igen sig, men vem ska reagera. Med nya medier skapas nya skillnader på nya sätt (Jansson 2009). Framförallt handlar det om att man i medier ska göra sig synlig, rörlig, och uppkopplad (Jansson 2009). Medborgare ska uttrycka sina åsikter i det offentliga samtalet, man ska knyta kontakter, lägga upp sidor med information om sig själv och andra. Man ska publicera bilder, skicka meddelanden och filmsnuttar. Frågeforum, bloggar och andra informationskanaler blir ett sätt att kommunicera inom de sociala nätverken. Men man kan tycka att den kommunikation som förs via t.ex. Facebook är extremt ytlig, intet sägande och opersonlig (Jansson 2009).

Kommunikation förväntas vara ömsesidig men för många handlar kommunikation främst om att människor ska bli mer insatta genom att man sprider och inhämtar information där olika budskap förs fram (Jansson 2009). För att informationen ska tas seriöst är det viktigt att läsaren känner sig delaktig. Vissa sätter upp begränsningar för vilken kommunikation, och från vilken avsändare det ska gå igenom. Sociala nätverk påverkar relationsskapande och informationsbyte för att budskap ska nå fram.

## Sociala relationer

Kanske bloggar man för att skapa sociala relationer. Sociala relationer verkar relevanta i denna undersökning då de är viktiga. Sociala relationer skapar ett samhälle tillsammans vilket vi berättar mer om i detta kapitel. Relationer hjälper individer att utveckla varandra. Oftast när man har en relation med någon, känner man gemenskap med personen. Men konkurrerar eller samarbetar man. Oavsett vad så skapas sociala sammanhang och tillhörighet i relationen. Delaktighet förmedlas i olika former. Det kan vara kroppsspråk, fysisk beröring, brev, finanser, telefonsamtal, varutransporter, valdeltagande eller internet (Stigendal 2010).

Verksamma människor blir en del av någon relation och delaktighet leder till att den sociala kompetensen ökar. Egen kompetens krävs för att skapa relationer istället för att endast behålla de man redan har, men idag måste man också ha teknisk kunskap för att platsa i den digitala sociala världen. Helt klart avgör också vilka sociala sammanhang som intresserar individer. Det finns olika former av sociala sammanhang som kan vara tillfälliga och flytande (Stigendal 2010).

Vissa relationer lever vidare även om kontakten mellan personer försvinner. Det kan bero på att relation är beständig och varaktig i sociala sammanhang tack vare faktorer som tysta överenskommelser, koder, avtal, normer med mera. Det blir en social struktur och kallas så eftersom då sociala sammanhang blir oberoende från individen och istället skapas en verksamhet. Hur som helst är sociala strukturer beroende av människor, annars uppstår de inte. Vi människor kan sedan planera om vi vill att de ska fortlöpa eller stelna. De människorna med rätt kompetens kan förverkliga sin delaktighet i den sociala strukturen. Genom att känna sig eller bli delaktig i sociala strukturer spelar varje individ en roll, där kroppsspråk eller benämningar på vissa ord kan spela roll och få personer att se framgångsrika ut. När man tar sig an en roll bidrar man med att förverkliga sociala strukturer och därmed kan man också kategoriseras (Stigendal 2010). Genom den roll man som individ väljer måste man även förhålla sig till skyldigheter och rättigheter som utgör en form av makt. Styrkan i maktförhållandet avgörs och beror på vilka resurser man har och med avseende med vilka intentioner man har (Stigendal 2010).

## Förstudie

Vi började vår förstudie med att sätta frågeställningar för att ha en grund att gå efter och för att skapa en röd tråd genom uppsatsen. Vi samlade information om blogg- böcker men också på några socialpsykologiska böcker för att kunna förstå och komma in på ett mer begränsat ämne inom bloggvärlden. Förstudien hjälpte oss att komma in på rätt spår med informanterna.

Vårt arbetssätt blev att läsa olika bloggar och samtidigt läsa lite teorier om det. När vi bestämt oss för vem informanterna skall bli gick vi in på deras bloggar för att göra en förstudie på deras specifika blogg.

Genom att kommentera och göra inlägg på informanternas bloggar skapades en positiv stämning och bloggarna kände sig mer bekväma att tala fritt och referera till sin blogg utan att behöva oroa sig över att förklara varje inlägg de pratade om. Genom att vi gjort förstudien var det självklart att vi kände till vad som var skrivet på bloggarna. Det blev dessutom tidseffektivt. Istället för att slösa vår tid på att fråga vad det var bloggarna menade när de refererade till i sin blogg kunde vi koncentrera oss på frågor som var nödvändiga till vår studie (Aspers 2011)

Det negativa med att detta arbetssätt kan vara att forskaren blir för engagerad och att det kan vara svårt att se det genom en forskares ögon. Forskaren kan istället se sig själv som en del av gemenskapen och därmed blir det svårare att hålla sig till sitt perspektiv som forskare. Därför är det egentligen bäst att ha informatörer som man inte känner för att inte bli för påverkad av vänskapen och kunna se det på ett annorlunda sätt. Det var viktigt för oss att tänka på att hålla det på en professionell nivå.

## Urval

Jakt efter intervjupersoner började tidigt under arbetet då vi även fick panik eftersom vi insåg att det inte var så lätt att få tag på intervjupersoner som vi trodde.

Vi började med att vända oss till bloggare i Sverige som uppfattas som stora, populära vars bloggar väcker mycket uppmärksamhet och attraherar en bred mängd besökare eller läsare i veckan inom bloggvärlden. Dessa personer var sådana som Kenza Zouiten, Alexandra

Pascalidou, Carolina Gynning och Amir Akrouti (även känd som "gay bloggen", Isabella Löwengrip (även känd som "Blondin Bella"), Alexandra Nilsson (även känd som "Kissie")

Vi kontaktade dessa genom att skriva personliga mejl till varje enskild individ, som vi skickade till respektive e-post adresser. Genom att klicka runt på deras bloggar fann vi e-post adresser i vänster eller höger hörn på första sidan av deras blogg. I mejlet förklarade vi vilka vi var, varför vi tog kontakt och hur tacksamma vi som studenter på Malmö högskola skulle bli om de ville ställa upp på intervju när tillfälle ges, och mer.

Dagar gick och vi fick inte svar av Kenza Zouiten, Alexandra Pascalidou, Alexandra Nilsson eller Isabella Löwengrip. Efter en vecka skrev vi påminnelse brev, ifall att de inte skulle se första mejlet. Efter att ha väntat på svar i minst en vecka till, efter att andra brevet skickats iväg, insåg vi att vi förmodligen blivit totalt ignorerade av nämnda ovan. Trots att vi blev lite småsura för att dessa personer inte tog sig en stund för att svara, förstod vi att tack vare deras position i bloggvärlden bombarderas de säkert av e-post dagligen. Personlig verklig kontakt med dem, hade fungerat bättre vid förfrågning för vår del tror vi. Vi vet även att vissa bloggare som är kända endast ställer upp på intervju om de får betalt för att ställa upp. Vilket vi inte kunde erbjuda. De som dock svarade var Carolina Gynnings assistent och Amir men ingen hade tid att hjälpa oss.

Anledningen till att vi vände oss till dessa är för att vi tror de hade kunnat bidra med intressant, näringsrik information i vår studie. Det hade varit intressant att ta reda på vad som motiverade de till att starta och upprätthålla en blogg. Infallsvinkeln kring hur de förhåller sig till privat/offentligt med den positionen i bloggvärlden, med stor mängd läsare kunde ge vår studie mer värde.

I vår studie var det viktigt att ha intervju personer med relevans till området vi studerar, därmed använde vi oss sedan av tillvägagångssättet subjektivt urval (Eliasson 2006). Vi valde ut bloggare som har en aktuell och uppdaterad blogg och helst är offentliga men det var inte ett krav.

Majoriteten av bloggare är kvinnor, och därmed blev vårt urval fyra kvinnor.

Kitty Ehn 20 år från Lund. Som ungdoms politiker bloggar Kitty mycket om politik där hon frigör åsikter och skapar diskussion med fokus på ungdomar som målgrupp. En vän presenterade Kitty för oss och sa att hon bloggar och jätte gärna skulle vilja ställa upp i vår studie.

Felicia Margineanu 20 år från Stockholm lyckades år 2010, genom en Facebook grupp hon skapade, samla över 10 000 personer till Sergelstorg i Stockholm, för att demonstrera mot att Sverige Demokraterna fått en position i riksdagen. Vad motiverade henne till att starta och upprätthålla en blogg? Felicia fick vi kontakt med genom Facebook där vi la till henne som vän och frågade om hon skulle vilja delta i vår studie vilket hon med glädje ville göra. Hon har även en fitness blogg där hon och andra aktörer publicerar bilder på sina kroppar för att visa ett resultat av före träning och efter träning. Hur förhåller hon sig till privat och offentligt på bloggen?

Hanna Lemoine 29 år från Köpenhamn har intresse för genusvetenskap och sexuella erfarenheter vilket hon trots som fru och mamma till barn gärna delar med sig att berätta på sin blogg. Hanna är en gammal klass kamrat från Media och Kommunikations program som nu bor i Danmark och som kände att hon skulle vilja delta i studien. Hon sprider sexuella erfarenheter på sin blogg, skapar diskussion och har ingenting emot att publicera bilder som nybliven mamma på hennes nyfödda bebis och bara bröst synliga på bild på bloggen. Vad innebär privat och offentligt för Hanna?

Anna Braun 39 år från Malmö jobbar som programledare på SVT för Fixa Rummet och är en offentlig person. Många känner till henne och vi fick kontakt med Anna genom en av våra föräldrars kontakt lista. Det var jätte kul att en person som redan var offentlig, med ansiktet utåt i tv rutan skulle vilja ställa upp och hjälpa oss studenter med vår studie.

Hela tiden var det relevant för oss att intervjupersonerna kunde bidra med näringsrik information för vår studie. De intervjupersoner vi valde bloggade om olika ämnen vilket kunde ge en åsikts variation.

Vi hade hoppats på att även kunna ha med en man i urvalet för att skapa en större variation på vår studie men det var ingen som ville ställa upp. Vi googlade efter killar som bloggar på olika blogg sök tjänster på internet och de fåtal som vi hittade i Malmö uppdaterade inte sin blogg kontinuerligt. De vi försökte komma i kontakt med via mejl gav inget svar. Alla i urvalet har en

offentlig roll antingen inom traditionella medier eller genom sociala medier. Vi har aldrig haft kontakt med de intervjuade sedan tidigare, förutom Hanna Lemoine som vi åtminstone har delat klassrum med en gång i tiden.

## Metod

I vår studie har vi använt oss av en kvalitativ metod vilket innebär att vi valt personer som vi intervjuat på djupet. Detta val grundades på att det blir en djupare förståelse för vad och varför man bloggar och man får en djupare inblick i deras åsikter, upplevelser, känslor och attityder. Med en kvantitativ metod hade inte samma djupare förståelse kunna nås då svaren oftast är kortfattade i form av ja, nej, aldrig, ibland, ofta m.m.

Intervjuerna gjordes genom en traditionell intervjuteknik som innebär att de görs enskilt med varje person och inte i grupp. Bakgrunden till detta var att vi inte ville att intervjupersonerna skulle påverkas av varandras åsikter och för att de skulle prata utifrån sina egna erfarenheter (Kvale och Brinkmann 2009).

Intervjuerna utfördes på olika platser som de intervjuade själva fick välja. Tanken var att de skulle känna sig så bekväma som möjligt under själva intervjun som gjordes genom filminspelning.

Platserna fick bli i offentliga och semioffentliga. Ett exempel på en offentlig plats är en plats där vem som helst kan gå förbi, som ett torg. Medan en semioffentlig plats kan vara oftast inomhus. En plats man kan vara på under en lite längre period som till exempel ett café.

I vår studie var det viktigt för oss att få reda på vad bloggarnas syn och uppfattning på privat och offentligt är, ett begrepp vi ville klargöra och få deras syn på det. Därmed blev våra intervjuer utformade som begreppsintervjuer (Kvale och Brinkmann 2009). Eftersom denna typ av intervju utgår från att de intervjuade delar med sig av sin uppfattning om begreppet för att sedan skapa en förståelse för fenomenet.

Detta gjorde vi för att behålla validiteten i vår studie, samtidigt som att låta de intervjuade känna att de har friheten att prata med oss utan några begränsningar för att inte gå miste om något viktigt (Olsson 2008).

Intervjutekniken gjordes inte genomstrukturerad för att inte begränsa de intervjuades svar på frågorna och på så sätt fånga upp mer information som kan vara användbar för studien. Därför var den semistrukturerade intervju tekniken mer lämplig. Semistrukturerad innebär att man har förberett ett par huvudfrågor som man går efter för att kunna hålla sig till ämnet men att man samtidigt kan ställa följdfrågor om man känner att den intervjuade sa något relevant om ämnet som man inte tänkt på tidigare och man skulle vilja veta mer om, vilket denna struktur öppnar upp för (Kvale och Brinkmann 2009).

Semistrukturen fungerade bra då vi fick reda på orsaker till varför man håller sig borta från att skriva om ett speciellt ämne. Ett exempel på detta är Anna Braun 39 år som är en offentlig person inom det traditionella mediet, TV. Hon har ett kontrakt med SVT som bland annat innebär att hon inte kan uttala sig om sin politiska åsikt offentligt. Även om detta inte störde henne alls eftersom hennes intresseområden inte har med det att göra. Men det var intressant att få reda på att det kan finnas andra anledningar till varför man känner att vissa ämnen kan vara för privata att uttala sig om. Denna information hade vi inte kunnat få med om vi inte haft friheten att utveckla frågorna och tala fritt med de intervjuade (Eliasson 2006).

Vid formuleringen av frågeställningarna var vi försiktiga med att inte skapa ledande frågor för att skapa förutsättningar att svara på frågorna genom sina egna upplevelser och undvika att få ett svar som de intervjuade tror att vi är ute efter (Olsson 2008).

Enligt Aspers (2011) är det alltid bäst att kombinera intervju och observation för att kunna få bästa resultat på forskningen. Och för att kunna skapa en så stor validitet som möjligt. Det vill säga att få forskningen att bli så trovärdig som möjligt. Detta gör man genom att gå in på djupet i en viss forskning och koncentrera sig på ett fåtal intervjupersoner.

Under intervjuerna hade vi alltid en kamera som observatör. Kameran var ett hjälpmedel som gjorde att vi kunde koncentrera oss på interaktionen med de intervjuade istället för att bli distraherade av att anteckna medan den intervjuade talar, och därmed missa något av det som nämnts under konversationen. Vi kunde också lättare se hur de intervjuade uttryckte sig medan

de pratade om det aktuella ämnet, och samtidigt se om de var bekväma med det som sades eller om det man sa började bli känsligt. På så sätt kunde vi också ha ett flytande samtal utan avbrott (Kvale och Brinkmann 2009). Det gjorde också att vi kunde titta på förstahandskonstruktionen från intervjuerna och samla ihop så mycket empiriskt material som möjligt från fältet. För att senare i lugn och ro kunna se på det flera gånger för att se det ur en andrahandskonstruktion, som är att man skapar en vetenskaplig bild på fältanteckningarna (Aspers 2011).

En del av det som sägs under en konversation försvinner in i samtalet. Därför är det till stor hjälp att allting var inspelat med både ljud och bild när vi skulle analysera intervjuerna. Viktiga delar av intervjuerna hade försvunnit om vi inte hade haft kameran till hands och man lade också märke till fler händelser under intervjun man annars aldrig hade märkt (Aspers 2011).

Det negativa med att använda kameran som observatör kan vara att inte alla är vana vid att ha en kamera framför sig när de pratar, och då kan deras koncentration mest ligga på kameran, vilken kan göra att de tänker mer på att kameran är där och blir nervösa. Kameror brukar vara ganska stora och därmed svåra att dölja och de intervjuades svar kan påverkas enligt (Goffman 2004).

## Tillvägagångssätt

Blogg är ett ämne som det syns och hörs om inom medier men man talar inte specifikt om varför man bloggar, samt hur man förhåller sig till privat och offentligt. Därför bestämde vi oss att börja läsa så mycket teorier som möjligt för att lära oss mer. Ju mer man kan om bloggar desto lättare blir det att kommunicera med aktörerna som använder bloggar man undersöker (Aspers 2011).

Utan en förstudie är det väldigt lätt att använda ett annorlunda talesätt som de intervjuade inte är vana vid, vilket kan leda till att de blir obekväma och svarar på ett sätt som de egentligen inte hade gjort annars. Om en av de intervjuade är tonåring och forskaren pratar på ett högre utbildat och vuxet sätt, blir den intervjuade omedvetet lite osäker på sig själv och försöker ge ett svar som han/hon tror passar forskaren. Man räknas inte som en i gruppen och därmed får man inte de egentliga svaren (Aspers 2011).

Däremot om man har studerat fältet innan intervju som Aspers säger, det vill säga bloggarna och kommer man till mötet med de intervjuade förberedd kan forskaren redan vid första intrycket



skapa en trygghet för den intervjuade. Man kan visa att man kan lite av bloggarnas användning av symboler och tala på ett språk som de förstår och därmed blir det lättare komma in i området, bli en del av gemenskapen, känna sig bekväm och mötet inte upplevs som ett tvång utan blir istället en bra intervju. Det negativa kan vara att forskaren blir för engagerad i sitt arbete att det kan vara svårt att se det genom en forskares ögon. Forskaren kan istället se sig själv som en del av gemenskapen och därmed blir det svårare att hålla sig till sitt perspektiv som forskare (Aspers 2011).

Det finns flera faktorer som kan förändra resultatet av varje möte eftersom varje intervju man har skapar sin egen situation. Till exempel om man är i en stressig miljö vill man bara få saker gjorda eftersom man blir så distraherad av folket runt omkring. Dessutom skyndar man igenom svaren för att man har många andra saker att tänka på under tiden man svarar. Därmed blir det annorlunda svar till skillnad från när man sitter på en plats man känner sig bekväm vid och där det inte finns så mycket människor. Att planera mötet efter den intervjuade är ett positivt sätt att arbeta på. Det är då den intervjuade är som lugnast, och mest förberedd på vad det kan komma för frågor som ställs eller vad som ska göras.

En annan sak som kan ändra på resultatet är rollerna man har under mötet. Om båda från forskningsteamet skulle ha rollen som intervjuare skulle diskussionen förvirra den intervjuade och då skulle vi inte fått mycket utav intervjuerna, därför bestämde vi oss för att en skulle vara observatören och en skulle vara intervjuaren. Vi fördelade våra roller där vi ansvarade för olika saker för att få bättre koncentration att för att få ut så mycket som möjligt utav intervjun. En av oss var intervjuaren och den andra var observatör. Vi växlade inte rollerna och avbröt inte varandra mitt under intervjun eftersom vi filmade under tiden vi intervjuade. Vi anser att det inte hade sett professionellt och seriöst ut att komma in i varandras tilldelade roller.

Rollerna mellan oss som forskare och de intervjuade kan påverka lika mycket. Om en forskare använder någon den känt tidigare har båda redan en bild utav hur intervjupersonen är och vad han/hon kan tänkas ha för åsikter och svara. För att behålla denna bild om sig själv kan det hända att man håller tillbaka vissa påståenden för att få behålla sin "image" (Goffman 2004). Det kan också vara tvärtom. Man blir så bekväm med den andra att man kan uttala sig utan att känna att man måste hålla tillbaka. Samma sak kan ske om man ska prata med någon som är yngre, vilket

kan göra att den intervjuade håller tillbaka för att vi forskare räknas som de vuxna. Vi försökte få intervjuerna att vara behagliga utan att hålla upp en fasad (Goffman 2004).

Vi valde att göra vår studie utifrån ett socialkonstruktivism perspektiv, vilket är att kolla på allting utifrån att allting vi gör är konstruerat av samhället, hur man växte upp och vem man har omkring sig, och att inte kolla på saker objektivt. Det vill säga att allting i människors vardagliga beslut är uppbyggt av vad man har för bakgrund, vilka människor man har runt omkring sig, hur man vuxit upp osv. Det är samhället man lever i som formar en som person. Man kan som person ändras beroende på om en livssituation ändras, eller träffar nya människor som man fästs vid eller om man flyttar till en annan plats. En persons personlighet kan alltid förändras och det blir inte fastställt vid en viss ålder. Vad man är för människa beror på vilken miljö man har levt i och vad för slags samhälle man lever i. Ett exempel på det är om man åker till ett annat land, och bor där i cirka ett år och sedan kommer tillbaka. Denna person kommer inte vara samma människa som den var innan. För nu har denna person upplevt nyare saker och fått en annan erfarenhet som de andra som stannade kvar under det året inte fick vara med om (Goffman 2004). Samma sak händer när man startar en blogg och den blir känd. Man anpassar sig efter att människorna känner igen en som en offentlig person och man börjar vänja sig vid en annan typ av liv.

## Resultat

Vår ambition med denna studie är att ta reda på varför individer bloggar utifrån bloggarens egna perspektiv och se hur de förhåller sig till privat och offentligt. För att få ett resultat utgick vi utifrån dessa frågeställningar: Vad motiverade dig till att starta och upprätthålla en blogg och hur förhåller du dig till privat och offentligt?

**Anna Braun** berättade att hon länge funderat kring att börja blogga, men hon kunde inte riktigt börja utan påtryckningar och uppmuntran av andra.

*”Många har sagt ’jo men du måste skaffa en blogg, vi vill veta vad som händer när inte Fixa Rummet sänds’ så jag fick mycket press och tillsluts så bestämde jag mig för att börja blogga.”*

Anna vill på något sätt dela med sig av inredningstips utanför tv rutan.

*”Min privata blogg gör att jag kan göra uppdrag vid sidan om mitt arbete så jag bestämde mig att jag ska ha den här inredningsbloggen. Där ska jag ge lite tips på saker som jag tycker är fint”.*

Anna berättade att det fanns en huvudsaklig orsak till varför hon började blogga.

*”Jag ville ha en ytterligare en plattform att synas på och då tyckte jag liksom att bloggandet var ett bra sätt för det var ett så inarbetat koncept”*

Arbetspositionen på SVT gör att Annas namn blir ett varumärke.

*”... det här är ju ingen dagbok för mig utan ja ett fönster att synas och vårda sitt eget varumärke kan man säga”.*

Att blogga känns egotrippat tycker Anna.

*”Här kan jag liksom välja själv vad jag vill ta upp och presentera saker som jag tycker är fina eller skriva om saker som jag tycker är roliga.”*

Anna hoppas att bloggandet ska bli lönsamt i längden.

*”Jag har inte som mål att jag ska bli en bloggare som bara bloggar utan det ska vara en bisyssla men i förlängningen vill jag ha lite annonsörer, dret får ju gärna bringa in lite pengar på sikt.”*

Anna Braun är väldigt tydlig med sin åsikt kring vad som är privat.

*”Jag skriver ingenting som är politiskt eller något som har med religion att göra för där tycker jag är en tydlig gräns på vad som är privat.”*

Anna försöker hela tiden vara personlig för att knyta kontakt med sina läsare, men vill inte bli för privat och då skriver hon inte alls om ämnen hon anser är privata.

*”Jag vill gärna vara personlig och vad jag tycker om politiska frågor eller religion det är privat och det känner jag inte för att skriva något om offentligt på bloggen.”*

Samtidigt tycker Anna att det är en tunn gräns mellan privat och personligt.

*”Man ska vara rätt så personlig, men det är väl just att ha en balans mellan just med vad som är personligt och vad som är privat.”*

Anna berättade hennes tankar kring vad som anses vara personligt och privat enligt henne.

*”Jag vill gärna vara personlig och ha ett personligt anslag, en touch som känns bra, samtidigt så går jag inte in på och berättar sådär jätte mycket om mina barn, familj och sådär. Nämner dem liksom inte vid namn har jag inte gjort.”*

Något som Anna definitivt vet att hon gärna delar med sig av offentligt på sin blogg handlar om hennes intresse/hobby.

*”... jag ska ha den här inredningsbloggen och där ska jag ge lite tips på saker som jag tycker är fint. Jag kommer inte använda min blogg till att ha åsikter om annat än färg och form.”*

Men samtidigt är det inte fel att nämna familj enligt Anna.

*”jag vill inte att fokus ska ligga på min familj i min blogg men samtidigt så händer det ju saker i mitt liv där min familj är en stor del av det och då får man dela med sig av det också.”*

Anna Braun vill använda bloggen som en extra plattform att synas på för att kunna lyfta upp vad hon tycker är snyggt utanför tv-rutan. Hon vill genom bloggen marknadsföra sig själv som offentlig person och därmed kunna skapa merförsäljning (Falkenberg & Heide 2011). Och utvidga sin publik till hennes Tv-program. Genom bloggen vill hon sprida sina idéer och ge chansen att visa vad hon tycker är fint utanför dem traditionella mediernas mallar på hur allting ska visas, (Falkheimer & Heide 2011). Samtidigt vill hon fortfarande hålla sig till ämnet inredning eftersom det är det hon tycker om och är bra på, samtidigt som att det är det folk kopplar henne till i media samhället. Det hade till exempel inte varit lika intressant för hennes läsare om hon började blogga om politik eftersom det inte var hennes inriktning från början, och riktlinjer behövs för att kunna behålla sin publik (Falkheimer & Heide 2011)

Som 17 åring började **Kitty Ehn** blogga för Blekinge läns tidning men som 20 åring startade hon sin egen blogg.

*”Senast så bloggade jag i egenskap av språkrör för grön ungdom syd här i södra Sverige och skriver väldigt mycket om politik, miljö och klimat och ’såna’ snaskiga saker.”*

Kitty Ehn har intresse för politik vilket är orsaken till att hon började blogga.

*”Det som motiverade mig att starta en blogg var framförallt att visa andra aspekter på bloggandet, att kunna kombinera det här politiska engagemanget som jag har tillsammans med min passion för miljö och klimat frågor och försöka föra in en ungdomlig touch.”*

Att blogga kan förändra perspektiv enligt Kitty

*”Jag bloggar för att jag vill göra det roligt med politik jag vill visa genom min blogg att man inte behöver vara så traditionellt ’up-tight’ bara för att man är politiker...”*

Kitty tycker att bloggandet gynnar henne som ungdomspolitiker då hon kan föra fram budskap utan de traditionella forum som debattartiklar eller dylikt, där hennes målgrupp inte finns.

*”Bloggen är en stor del av att vi har öppnat ett demokratiskt forum helt enkelt och där är internet en utmärkt plattform för att kunna få fram åsikter och tankar.”*

Genom bloggen kan Kitty sprida åsikter för att aktivera läsare och för att försöka få fler att bli delaktiga att tänka grönt.

*”Mitt syfte är att få fler människor engagerade i politik, jag tycker det är roligt och framförallt att få människor precis som du och jag att börja engagera sig ... för det är fett coolt att vara grön och det vill jag verkligen visa genom min blogg.”*

Tack vare bloggen kan Kitty nå ut till önskvärd målgrupp.

*”Det är ungefär 15-30 års grupp som läser bloggen, de finns på internet och det är där jag når dem via bloggen.”*

Kitty anser att blogga är ett utmärkt forum att få kontakt med folk, sprida sina tankar och idéer.

*” ... man (kan) faktiskt kontakta människor som är väldigt högt uppsatta och kräva svar på saker och ting. Vi har verkligen fått en mycket mer levande demokrati enligt min mening och den demokratin älskar jag verkligen att vara en del av med mitt bloggande och att finnas på sociala medier, finnas där för människor.”*

Kitty Ehn tycker det är svårt att skilja på vad som är privat och offentligt på bloggen.

*”[det går] en väldigt fin gräns med vad som är privat och vad som är offentligt men jag försöker att tänka efter när jag skriver ett blogginlägg och läser igenom efter en timme innan jag publicerar för att se om det är något jag fortfarande står för.”*

När Kitty impulsivt vill skriva av sig i stundens hetta när hon är upprörd, arg eller liknande tycker hon inte hennes åsikter bör offentliggöras på bloggen.

*”När det gäller politik så är det väldigt lätt att bli känslostyrd framförallt när det gäller lite mer känsligare frågor när man har kanske lite mer radikala åsikter och då brukar jag alltid försöka tänka efter väldigt noga med vad det är jag säger och skriver när det gäller känsliga ämnen så att säga.”*

Exempelvis skriver hon inte antagonistiska inlägg på grund av Sverige demokraterna.

*” ... man är väldigt upprörd, man har precis haft en debatt om Jimmie Åkesson och bara vill skriva av sig allting [man kanske ångrar om man vräker ur sig på en blogg.]”*

Kitty skriver gärna om politik.

*”Jag postade olika debatt artiklar som jag hade skrivit och när jag väl hade en åsikt om något som pågick i världen så skrev jag ner det där och var väldigt opersonlig i mitt bloggande.”*

Till en början var Kitty väldigt opersonlig vilket hon har försökt ändra.

*”Men det jag har märkt verkligen genom åren så att säga är att det är det personliga som lockar läsaren och får dem att stanna och det har verkligen jag börjat fokusera på väldigt mycket mer i mitt bloggande att våga visa den jag är.”*

Kitty vill vara personlig genom att ha en personlig touche i hennes skrivande och visualisering på bloggen.

*”När jag kör bild inlägg så vill jag ju mer ha rena bild inlägg och när jag kör text inlägg så vill jag ha mer långa texter.”*

Habermas (2003) anser att den nya offentligheten har gjort att det kritiska förnuftet inte längre är lika väsentlig på grund av att moral frågor börjar ta över mer och mer inom den politiska sfären vilket för det svårare för en politisk konsensus att träda fram.

Sarrimo (2012) menar att det är tvärtom. Det offentliga samtalet ger en chans att fördjupa diskussionerna om orättvisor i medierna och samhället, därmed skapa en social förändring. Kitty lyfter upp detta också i sin intervju. Genom bloggen har hon kunnat lyfta upp demokratin genom att dela sina idéer och ha kontakt med människor som delar intresse. Med det har hon tillsammans med dem människorna kunnat slå ihop sig och kräva förändring från högre uppsatta människor.

**Hanna Lemoine** skrev på olika plattformar som hemsidan Lunarstorm, bytte sedan till Helgon för att återigen byta till Facebook för att inse att hon gärna vill skriva av sig mer än vad Facebook-funktioner tillät.

*”... jag hade börjat skriva flera längre texter i veckan så tänkte jag nä nu får jag börja hitta ett annat forum så då startade jag en bara en blogg för att det kändes som ett naturligt steg att ta nu när jag ändå uppenbarligen gärna ville ha en plats där jag kunde skriva av mig.”*

Hanna älskar att blogga och hon är tacksam för sina läsare.

*”Helt ärligt så tror jag att jag bloggar nu förtiden för att jag helt enkelt inte kan med att sluta för att jag har bloggat så länge nu och jag har fått så pass många läsare att det liksom det har blivit lite som ett sånt där extra jobb som man ska göra.”*

Bloggen är ett värdefullt redskap för hantering av information tycker Hanna.

*”... den här nyheten den lägger jag här den kan jag blogga om sen... och sorterar min information... en kanal som jag kan hantera material och vidarebefordra information i.”*

Olika besökare gör meningsutbyte tack vare Hannas blogg

*”Jag lyfter kanske lite för problematiska ämnen ibland, men tack och lov så har jag många andra som diskuterar i kommentars fältet”.*

Hanna kan tack vare bloggen skapa diskussioner kring ämnen hon lyfter fram.

*”det har blivit väldigt mycket ett debatt verktyg”*

Tack vare bloggen kan Hanna påverka, dela med sig av hennes egna intressen och sprida viktiga åsikter.

*”det är klart att jag som människa har ide om att det jag tycker om är intressant och att mina åsikter är jätte viktiga... och det är klart att jag vill påvisa de saker jag tycker är viktiga för andra människor”*

Antalet besökare och läsare bidrar till förståelse vilket Hanna uppskattar med bloggandet.

*”Jag började få många fler läsare att lyfta och påvisa saker som kan öppna flera perspektiv och det tvingar också mig själv till att tänka i lite fler banor och förhålla mig till.”*

Hanna märkte att bloggen bidrog med ett forum för människor att göra sig hörd på.

*”flera stycken har sagt att de uppskattar min blogg just för de här med att diskussionerna faktiskt håller sig på en väldigt fin nivå utan påhopp och där faktiskt en önskan om att bli hörd och att få höra andras perspektiv är genuin.”*

Åsiktsfrihet, yttrande frihet och diskussion tror Hanna senare kan skapa förändring i samhället.

Att vara anonym anser Hanna Lemoine vara privat.

*”Det var ju nog bara något år sedan som jag slutade att vara anonym annars har jag bloggat anonymt innan eller åtminstone inte skrivit ut hela mitt namn och sådana saker.”*



Hanna Lemoine tycker inte att hon bloggar så privat vilket engagerar familj, vänner, bilder.

*”Jag bloggar ju inte så privat jag har ju inte en blogg där jag lägger upp bilder från mitt vardagsliv eller det händer ju att jag gör det också men det är absolut inte basen i mitt bloggande överhuvudtaget vem jag är som privatperson... jag tror inte mina läsare är så intresserade av att se bilder från när vi äter middag, ”*

Hanna delar gärna med sig av personliga erfarenheter som kan tolkas som privata.

*”Jag skriver ju en del om sex och sådana saker. Där använder jag mig ju av privata erfarenheter eller personliga erfarenheter men det är nog det den här skillnaden mellan vad som är privat och personligt... Jag sätter nog gränsen för vad jag själv skulle vilja läsa för någonting ”*

Hanna står för sina åsikter på bloggen men undviker att tala för andra offentligt på hennes blogg.

*”Jag kan ju ta ansvar för mig själv och skriva saker om mig själv men när man blir omskriven av någon annan så har man ju inte kontroll över det på samma sätt.*

Det kan hända att Hanna publicerar bilder på hennes familj.

*”Jag försöker ändå alltså jag gör mer exempel av min familj än vad jag faktiskt skriver eller lägger ut bilder som är privata på dem.”*

Hanna bloggar för att skapa debatt offentligt, främst ur ett feministiskt perspektiv för att engagera flera.

*”jag tror verkligen att bloggandet som sådant har varit väldigt och kommer vara jätte viktigt i förhållande till åsiktsfrihet och yttrande frihet.”*

Hanna använder blogg som en dagbok där hon kan reflektioner, personliga erfarenheter och känslor dokumenteras. Det används alltså som ett redskap till självframställning (Sarrimo 2012)

Bloggar är inte en isolerad intimsfär som (Habermas 2003) anser att den nya publiken formas genom. Utan dem är ungefär som ett diskussionsforum som brukade bildas i klubbarna och kaffehuset där alla brukade samlas förr i tiden. Det är bara flera ämnen som diskuteras i bloggen istället för att endast ett ämne diskuteras i ett kafé. Det är ett sätt att lyfta upp sina tankar och

idéer samtidigt som att man genom kommunikation med andra lära sig av andra och utveckla sin egen kompetens (Jansson 2009)

När Sverige demokraterna kom in i riksdagen år 2010 startade **Felicia Margineanu** som 17-åring en Facebook grupp som gjorde att över 10 000 människor samlades på Sergelstorg i Stockholm för att demonstrera mot detta, vilket gjorde att Felicia härnäst sakta började blogga.

*”Jag började blogga sakta men säkert när jag insåg att nu har jag ögon och öron på mig och använde det”.*

Felicia började blogga full ut vid 20 års ålder för att få dela med sig av någonting, för att knyta kontakter, inspirera, motivera sig själv och andra.

*”Vad som motiverade mig till att börja blogga var främst det här med att dokumentera allt man gör, det är så mycket som man önskar att man hade skrivit ner eller önskar att man hade tagit foton på och sen har jag alltid varit en ’sån’ som jätte gärna vill dela med mig.”*

Blogg anser Felicia vara ett väldigt värdefullt sporrande verktyg.

*”... jag ser blogg som ett verktyg oavsett vad ens eget syfte är så är det väldigt bra faktiskt att just samla material... men motivationen grundande sig väl i att få dela med sig av någonting”.*

När Felicia bloggar, triggas det igång henne att faktiskt vara aktiv.

*”... helt plötsligt har man också ett ansvar för att uppdatera lägga upp och för mig är det ett väldigt kul sätt att dokumentera på.”*

Felicia vill gärna dela med sig av sina erfarenheter för att hjälpa andra och vill själv bli en förebild för andra.

*” ... om folk vill relatera till mig då är det skit bra vill dem inte det ’fine’ men förhoppningsvis så har man ändå gett någonting till den personen”.*

Felicia har många tankar och idéer inom sig men när hon delar med sig av de skriftligen på bloggen är hon uppmärksam på ett annat sätt och hon vågar gå utöver sin trygghets zon, vilket håller igång henne.

*”... det är lätt att gå runt och tänka för sig själv och tänka sina egna tankar men när man sen går ut med det för folket eller ah då stannar du upp en extra sekund och tänker och reflekterar du gör research”*

Felicia Margineanu vet vad hon är offentlig med på hennes blogg.

*”Jag delar jätte-gärna med mig av mitt liv, mina tankar mina känslor, mina åsikter”*

För Felicia handlar offentligt material hon publicerar på hennes blogg om henne själv.

*”Offentligt handlar om mig mer och då väljer jag själv om det är privat eller om det ska vara offentligt men privat för mig är när det inte bara angår mig, då blir det privat.”*

När Felicia bloggar om personer i hennes närhet blir det privat.

*”Privat för mig är när det involverar andra människor i min närhet exempel pojkvän, vänner, familj. Jag kanske inte lägger ut en bild när jag sitter och fikar med min kille för att det kanske inte angår folk.”*

Istället för att vara privat försöker Felicia vara personlig så länge det inte gör någon förnärad.

*”Fortfarande så lägger jag inte ut så mycket om mitt privata liv där det involverar mitt liv med andra människor men jag är jätte gärna personlig när det gäller mig själv så länge det länge liksom inte skadar någon annan eller skadar mig själv.”*

Felicia vill gärna inte skriva om problem som uppstår då de är privata.

*”Jag är en människa men jag kanske inte sitter och skriver om mina problem på det sättet, men jag tar upp dem.”*

Vad som är privat och personligt blir återigen en svår fråga att besvara.

*”det är en definitions fråga, vad är privat egentligen... Man väljer väl själv helt enkelt men jag tycker absolut att man ska vara privat eller glöm privat, personlig är bättre ord för privat känns lite negativt.”*

På träningsbloggen publicerade Felicia en före och efter bild på hennes kropp för att visa läsarna skillnaden och resultatet träningen bidraget till vilket folk tolkade olika.

*”Det kan man om något tycka är privat, om någon skulle lägga upp nakna bilder eller halvnakna bilder på dig själv... Jag gjorde det för alla där ute som behöver inspiration och för mig själv att faktiskt se resultat... Det handlar det fortfarande om att du själv förstår värdet av varför du ska publicera någonting.”*

Att Felicia lyckades på 10.000 människor samlade på ett torg för att demonstrera mot att Sverige-demokraterna kom in i riksdagen är ett bevis på att en blogg kan skapa engagemang i demokratiska processer och att online kommunikation kan motivera allmänheten till att agera aktivt genom att komma ut och lyfta upp deras åsikt (Gunter 2009). Dessutom klargör det att bloggarnas politiska och sociala roll kommer betyda mer ju snabbare det sprids och ju mer det utvecklas (Gunter 2009).

Däremot som bloggare måste man hålla sig till vissa riktlinjer och ha rätt information för att kunna fortsätta vara trovärdig för sin publik som Felicia nämner i slutet. Man måste reflektera över hur man ska uttrycka sig för att man inte skall missförstås (Falkheimer & Heide 2011).

## **Slutsatser**

Ambitionen med denna undersökning är att ta reda på varför individer bloggar och se på förhållandet till privat och offentligt på bloggen. För att få ett resultat utgick vi utifrån dessa frågeställningar: Vad motiverade dig till att starta och upprätthålla en blogg och hur förhåller du dig till privat och offentligt? Genom att intervjua fyra olika bloggare på olika platser med olika intressen fann vi fyra orsaker till varför de valt att blogga.

### **Opinionsbloggare**

Hanna Lemoine testade att uttrycka sig i många olika plattformar. Via bloggen insåg Hanna att hon har möjligheten att skriva långa texter, att bloggen är ett utmärkt forum nämligen, en plats

att skriva av sig. Hanna lyfter fram problematiska ämnen som enligt henne själv är viktiga. Därför använder Hannabloggen som ett debattverktyg där andra kan diskutera i kommentarfälten. Hanna kan även sortera information då bloggen är en kanal hon kan hantera material och vidarebefordra information i. Bloggen är ett sätt att bli hörd på och sprida, lyfta fram åsikter för att påvisa saker och vidga perspektiv enligt Hanna. Blogg används som en kanal och är ett debattverktyg där man kan sortera och länka information vidare till sina läsare, samt skapa diskussion för att påverka och för att få sina läsare att tänka i olika banor. Man kan kalla detta för åsikts-bloggar. Därför anser vi att Hanna är bloggare för att uttrycka opinion som andra kan ta del av. Detta kallar Nardi Et Al i sin undersökning för att skriva av sig i ”ett gemensamt forum”.

### Politisk bloggare

Kitty Ehn började blogga som språkrör för ungdom syd men startade en egen blogg för att skriva om politik, miljö och klimatfrågor. Kitty anser att bloggen är en utmärkt plattform för att kunna få fram åsikter och tankar i ett demokratiskt forum. Via bloggen vill Kitty visa att det är coolt att vara ”grön”. Genom en personlig touche i Kittys skrivande på bloggen kan fler bli engagerade i politik vilket är syftet med Kittys bloggande. Därför anser vi att Kitty bloggar för att föra fram sin politiska åsikt och få fler engagerade. Nardi Et Al nämner i sin undersökning att man bloggar ”för att göra sin röst hörd”. Genom att använda bloggen och som ungdomspolitiker blev chansen att nå ut till och få kontakt med fler människor större gentemot traditionella medier och därmed blev bloggplattformen en utmärkt plats för att sprida sina åsikter. Man kan kalla dessa för intresse-bloggare, då man specifikt skriver om ett intresse.

### Dokumentations-bloggare

Bloggverktyget används för att engagera, motivera och inspirera läsare till att sätta igång med en god hälsa, enligt Felicia som är aktiv med fitnessblogg. Felicia Margineanu motiverades att börja blogga för att dokumentera allt hon gör på ett kul sätt genom att skriva texter och publicera bilder på bloggen. Felicia säger att bloggen är bra sätt att samla material på och få dela med sig av någonting vilket hon gärna vill göra. Bloggen uppmuntrar Felicia att skriva ner idéer/tankar vilket gör henne aktiv. Därför anser vi att Felicia bloggar för att dokumentera allt hon gör, som andra kan ta del av. Dokumentationsbloggare var också en av orsakerna Nardi Et Al kom fram till i hans undersökning kring varför man bloggar.

## Intresse-bloggare

Anna Brauns position som programledare för SVT:s tv program Fixa Rummet gjorde att individer uppmuntrade Anna till att börja blogga. Som Anna berättade: ”efter påtryckningar och uppmuntran av vänner började jag blogga”. Via bloggen kan individer följa Anna utanför TV rutan när programmet Fixa Rummet inte sänds. Anna säger att bloggplattformen är ytterligare ett fönster att synas i för att vårda Annas varumärke och hon kan ge inredningstips till de intresserade som vill följa Anna på bloggen utanför tv rutan. Anna bloggar och skriver om saker hon tycker är fina och roliga. Därför anser vi att Anna bloggar för att skriva om hennes intresse, som andra kan ta del av.

Anledningen till varför de intervjuade bloggar är svaret ungefär likadant i grunden. De intervjuade vill blogga och använder bloggplattformen för att kunna uttrycka sig och föra fram ett budskap som andra kan ta del av.

Vi har till exempel Anna Braun som precis har startat bloggen för någon månad sedan. Hon använder bloggen till att tipsa om inredning och samtidigt kunna ha en ny plattform där hon kan synas mer utanför de traditionella medierna och bygga sitt eget varumärke. När man berättar om intressen kan publiken se det som ett välkommen in i det privata (West m.fl. 2013). Anna vill även blogga eftersom det finns ett intresse av att se vad hon gör bakom kulisserna. Detta visar att man kan ha en blogg för att det är kul men samtidigt kan man ha ett mål och kunna nå ut till fler människor (Jansson 2009) .

De intervjupersoner vi intervjuade resulterade i att börja blogga på grund av likande orsaker som (Nardi et Al 2004) kom fram till i sin undersökning. En orsak till varför man börjar blogga enligt en intervjuperson som Nardi et Al inte nämnt i sin studietidigare, är nämligen att man väljer att blogga för att främja sitt eget varumärke. Bloggen blev ett extra fönster att synas i för Anna Braun där hon kan kontrollera framställning av sitt eget varumärke. Detta kan även kallas för intresse-bloggare eller varumärke-bloggare.

Hade vi intervjuat företag som anställer personer för att blogga för företags syfte hade vi fått ytterligare en orsak till varför man bloggar då det handlar mycket om det kommersiella och vinstgivande syfte istället för förändring. Men det hann vi inte göra i denna undersökning. Eftersom vi tyckte att det skulle bli för brett för vår studie och vi ville ha ett mer djup i vårt

arbete än att göra det för utspritt om vi hade valt att utveckla det och skriva om både privat personer och företags bloggar. Däremot hade denna form av bloggande kunnat kallas för företags-bloggare eller varumärkes-bloggare. Man bloggar även för att sprida åsikter men framförallt för att knyta kontakter för att komma i kontakt med något som är vinstgivande.

De intervjuade hade olika åsikter men även mycket gemensamt i hur de förhåller sig till privat och offentligt på bloggen.

Det Anna skriver om offentligt på bloggen handlar om intresset för färg och form. Anna berättar att en tydlig gräns på vad som är privat är politik och religion. Politik och religion är något som är privat som Anna inte vill skriva om offentligt på bloggen. Anna nämner även att familj och barn är något privat som hon helst inte berättar mycket om på bloggen, men det förekommer att Anna är personlig och då kan familj och barn nämnas i berättandet på bloggen. Anna säger att i förhållande till barn och familj måste man ha en balans mellan vad som är privat och personligt. Anna berättade då att hon gärna är personlig och nämner sin familj, men inte så privat att hon nämner de vid deras namn.

Det traditionella mönstret som hör under privat enligt Jürgen Habermas är sådant som inte engagerande en allmän publik. Det kunde handla om kvinnor(/män), det privata hushållet, sexualitet. Anna Braun berättar att fokus inte ska ligga på något privat som familj, pojkvän, barn och vänner. Det hör till inom den ”bakre regionen” då man inte vill berätta så mycket om dessa, man väljer att inte presentera det. Anna Braun berättar att ”jag vill inte att fokus ska ligga på min familj i min blogg jag går inte in på och berättar sådär jätte mycket om mina barn, familj och sådär.” Anna Brauns främre region är att ”... jag ska ha den här inredningsbloggen och där ska jag ge lite tips på saker som jag tycker är fint. Jag kommer inte använda min blogg till att ha åsikter om annat än färg och form”. Man kan enkelt ta reda på hur/vad bloggaren väljer att presentera sig själv på bloggen och därmed se vad som är individens främre/bakre region ungefär vad som är privat och vad som engagerar offentligheten.

Kittys blogg handlar om politik, miljö och klimat frågor vilket Kitty skriver om offentligt på bloggen. Det Kitty försöker undvika att skriva om är känsliga ämnen som till exempel rör Sverige Demokraterna. Kitty anser att när hon blir känslomässigt för engagerad och känslöstyrd vid radikala åsikter undviker hon att skriva om ämnet då det kan bli för privat.

Enligt Jürgen Habermas inom familjens ”intimsfär” hörde känslor, religion och moral till inom området privat och det traditionella tankesättet är något Anna Braun förhåller sig till när hon bloggar, ” vad jag tycker om politiska frågor eller religion, det är privat och det känner jag inte för att skriva något om offentligt på bloggen. Det tycker jag är en tydlig gräns på vad som är privat.” enligt Anna. Även om man driver en politisk blogg som Kitty Ehn gör säger Kitty att när för mycket känslor engageras så blir det privat: ” När det gäller politik så är det väldigt lätt att vid känsliga ämnen bli känslostyrd framförallt när det gäller lite mer känsligare frågor när man har kanske lite mer radikala åsikter och då brukar jag alltid försöka tänka efter väldigt noga innan jag publicerar” (Goffman 2004).

Politiska frågor uppmärksammades förr i det offentliga rummet som öppna mötesplatser, åkrar, torg och liknande men det är helt tydligt att samhällelig och politisk diskussion idag kan ske via en blogg då bloggaren kan samla en publik läsare för att påverka de läsare att tycka och tänka i vissa banor om det är av politiskt intresse (Habermas 2003). Tack vare bloggen har personliga händelser, tankar blivit synliga för en offentlighet som kan bidra till förändring (Fletcher 2007). Till skillnad från förr är det idag lättare att påvisa och synliggöra dessa enkelt genom att logga in och publicera material via internet.

Att skriva anonymt innebär att man inte är 100 % offentlig enligt Hanna Lemoine. Hanna skriver inte om sitt privat liv vilket hon berättar är vardagsliv, middag med familj, bilder på familj. Hanna anser att det är privat. Hanna bloggar inte heller om andra då det anses privat och okontrollerbart. Hanna är i behov av att använda privata eller personliga erfarenheter av sig själv då hon bloggar om sex och sexuella erfarenheter på sin blogg offentligt. Därför säger Hanna att det är en tolkningsfråga vad som är privat gentemot personligt och där sätter Hanna gränsen för vad hon själv skulle vilja läsa för något.

Felicia skriver gärna om hennes känslor, åsikter, liv och Felicia säger att hon nämner hennes problem men skriver inte mycket om det. När något involverar andra i Felicias närhet till exempel pojkvän, familj, vänner, då blir det privat och det angår inte folk enligt Felicia. Därför publicerar Felicia inte mycket om hennes privata liv som involverar hennes liv med andra människor, men Felicia är gärna personlig. Felicia nämner att det är en definitionsfråga vad som är privat och personligt. Vi tolkar Felicias ord ”Man väljer själv helt enkelt men jag tycker



absolut att man ska vara privat eller glöm privat, personligt är bättre ord för privat känns lite negativt” som om privat och personligt är samma sak.

Under medeltiden då känslor och problem hörde till under intimsfären i det privata skulle man inte synliggöra det för en offentlighet (Habermas 2003) men idag är det något man gärna delar med sig av till andra via bloggen. Felicia Margineanu nämner gärna problem hon upplever på hennes blogg ”jag är en människa men jag kanske inte sitter och skriver om mina problem på det sättet, men jag tar upp dem”. Enligt teoretikern (Goffman 2004) pratade man inte om sexuell läggning, förhållande eller familj i offentligheten, det hörde under kategorin privat. Sexualitet och sexuella upplevelser var något man ansåg vara privat under medeltidens begrepp men Hanna Lemoine berättar mer om det på hennes blogg ”Jag skriver ju en del om sex och sådana saker. Där använder jag mig ju av privata erfarenheter eller personliga erfarenheter”.

Det gör att vi kan konstatera att bloggen bjuder in offentligheten till intimsfären där andra kan ta del av privata/intima saker vilket man förr höll för sig själv (som problem och sexualitet), (Fletcher 2007). Familj, vänner, pojkvän/flickvän, barn är något man gärna inte vill dela med sig mycket av på bloggen. Gränsen mellan vad som är privat och vad som engagerar offentligheten är i förändring. Tidigare i offentlighetens historia ”grät man bakom stängda dörrar” för att inte lyfta fram ”problem i hemmet” i offentligheten då det inte engagerade andra människor. Man talade inte heller om sexualitet, relations status eller liknande offentligt då det inte engagerade offentligheten men bloggen öppnar och uppmuntrar dialoger människor emellan.

De intervjuade nämnde även att när det gäller att publicera något om en annan person, nära och kära, måste man vara försiktig eftersom det kan bli känsligt. Och om man gör det bör man få ett godkännande av den personen, för att annars kan det leda till oändliga misstolkningar på det man publicerat.

Enligt Falkheimer & Heide (2011) har alla som publicerar något inom medievärlden ett samhällsansvar. Om man har en plattform där man syns av flera människor så blir man mer eller mindre en offentlig person och därmed en förebild för dem som läser. Våra intervjupersoner verkade vara medvetna om detta. När det gäller dem själva spelar det ingen roll vad de publicerar så länge de är medvetna om att när det väl är publicerat kan människor runt om i världen se det,

det betyder att det kommer vara där en längre period och kan någon gång komma tillbaka även om man tagit bort den för flera år sen.

Ett exempel på detta är intervjupersonen Hanna som berättade om hennes sätt att hantera ansvaret genom kommentarerna hon får in. Hon har en inställning i sin blogg där hon ska godkänna kommentarerna innan de publiceras för att undvika att ett näthat uppkommer genom hennes sida. Hon berättar att det alltid kommer att finnas människor som inte håller med om ens åsikt vilket är okej så länge man diskuterar det med lugn ton. Om hon märker att personen är för aggressiv i sina kommentarer väljer hon att inte publicera det. Sedan skickar hon ett mejl till denna person och motiverar varför hon inte publicerade den. Det har hänt att hon har diskuterat med personerna som skrev inlägget med arga toner och sedan komma fram till att det inte var illa menat. Men det är bättre att vara säker för att det inte ska blidas ett näthat. Även om man inte är medveten om det, kan det bildas en rörelse som är större än vad man tror (Jenkins 2012). Därför bör man vara försiktig med det man väljer att publicera.

Gränsen mellan vad som är privat och offentligt i bloggvärlden är otydlig idag då individer förhåller sig till det på olika nivåer. De vi intervjuade har alltså egna men olika gränser att förhålla sig till när de delar med sig. Man är gärna personlig men inte privat offentligt, men bloggen bjuder in till intimsfären.

Slutsatsen är att bloggen möjliggör att nå ut till andra och dela med sig av sitt budskap. Man kan tack vare bloggen nå ut till sin publik och den som skriver har gjort något produktiv genom att vara aktiv på sin blogg vilket gör att man kan finna tillfredsställelse eller inre ro.

Något intervjupersonerna hade gemensamt kring privat och offentligt på bloggen, är att man gärna skriver med en personlig touche för att utmärkas, man delar gärna med sig av åsikter, vardagshändelser genom att blogga med text samt bild, offentligt på sin blogg. Därmed kan man konstatera att individer är mer personliga för att få uppmärksamhet av de som läser, för bloggaren vill visa sin personlighet via bloggen (Jenkins 2012).

## Avslutande diskussion

Vi har kommit fram till att man bloggar på grund av diverse motiv som att sprida åsikter, bli hörd och sedd. Orsaken till att man bloggar skiljer sig från individ till individ då de vi

intervjuade har olika motiv med bloggandet. Bloggen anses vara en bra plattform att synas på för att dokumentera, skapa debatt, sprida intresse och för att föra fram politiska åsikter. Detta kan familj, vänner och okända personer ta del av vilket de intervjuade är medvetna om när de bloggar på internet.

Med denna undersökning kom vi fram till att man i blogg världen idag har tunna gränser mellan vad som är privat och vad som engagerar offentligheten då det skildrar sig från person till person. Tack vare bloggen har man möjlighet att lyfta upp ämnen/frågor om allt möjligt där bloggaren själv får dra egna gränser mellan vad som är privat och offentligt. En bloggare, en individ har och sätter egna gränser vid publicering av material och det känns som om man fortfarande lär sig vart gränserna mellan privat och offentligt går. Det finns inga skrivna regler, kanske har vi inga regler alls i framtiden. Tack vare demokratins grundlag kring yttrandefrihet har alla individer i ett demokratiskt samhälle rätt att uttrycka sig om allt från himmel till jord och bloggen är ett redskap som bjuder in till intimsfären. Detta gör förhoppningsvis att man känner sig trygg att våga ta upp problem man inte ville nämna förr, vilket kan bidra till ett förändrat samhälle.

Vi tackar alla som medverkat för att denna undersökning blivit förverkligad!

## Källförteckning

Angelöw, Bosse och Jonsson, Thom (2000) Introduktion till socialpsykologi

Lund: Studentlitteratur

Aspers, Patrik (2011) Etnografiska metoder: att förstå och förklara samtiden.

Malmö: Liber

Berglez Peter & Ulrika Olausson (2009): Mediesamhället: centrala begrepp. Lund:

Studentlitteratur

Eliasson, Annika (2010). Kvantitativ metod från början, Lund: Studentlitteratur.

Fletcher Kim (2007) Why blogs are an open door, British Journalism Review, 18 (2). Sid 41-46.

Goffman, Erving (2004). Jaget och maskerna: En studie i vardagslivets dramatik, Stockholm: Nordstedts akademiska förlag.

Gunter Barrie (2009) Blogging - private becomes public and public becomes personalized, Aslib Proceedings: New Information

Perspectives 61 (2). Sid. 120-126

Habermas, Jürgen (2003) Borgerlig offentlighet: kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället. Lund: Grahn

Jenkins, Henry (2002) Blog this Technology Review, Inc 105 (2). Sid 91.

Kvale, Steinar och Brinkmann, Svend (2009). Interviews OA: Learning the craft of qualitative research interviewing. Los Angeles: Sage

Lagman Edvin, Bergman Gösta, Hultman Charles, Lagman Elna. Almqvist & Wiksell läromedel (1987), Stora ordlistan,

Nardi. B, Schiano. D, Gumbrecht. M, och Swartz. L, .Why We Blog, Communication of the ACM, dec 2004, vol. 47. No. 12

Olsson, Tobias (2009) Medievardagen. Malmö Gleerups Utbildning A

Sarrimo, Cristine (2012) Jagets scen: Självframställning i olika medier  
Göteborg: Makadam förlag

Stigendal Mikael (2002): Den gode socialvetenskaparen. Lund: Studentlitteratur

West Joshua, P. Cougar Hall, Carl Hanson, Rosemary Thackeray, Michael Barnes, Brad Nieder and Emily McIntyre (2013) Breastfeeding and Blogging, American Journal of Health Education 42 (2). Sid 106-115.

Youngs, Gillian (2009). Blogging and globalization: the blurring of the public/private spheres.

Aslib Proceedings: New Information

Perspectives 61 (2). Sid 127-138