

Examensarbete i medie- och
kommunikationsvetenskap

2012-05-31

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation
www.jmg.gu.se

”Blir man tjock om man äter när man är mätt?”

- En studie om bloggar och hur de inverkar på unga tjejers
identitetsskapande

Författare: Andrea Hacker, Martina Hacker, Felicia Spenner
Handledare: Malin Sveningsson
Kursansvarig: Malin Sveningsson

Abstrakt

Institution: Enheten för medie- och kommunikationsvetenskap

Titel: ”Blir man tjock om man äter när man är mätt?”

- En studie om bloggar och hur de inverkar på unga tjejers identitetsskapande

Författare: Andrea Hacker, Felicia Spenner och Martina Hacker

Uppdragsgivare: Tyra Sjöstedt / Tyras.se

Kurs: MK1500 V12

Termin: Vårterminen 2012

Sidantal: 42

Antal ord: 16 788

Handledare: Malin Sveningsson

Bakgrund: Bloggsfären är ett relativt nytt fenomen som snabbt skapat stor uppmärksamhet och inte minst sagt bland den yngre generationen. Dagligen uppdateras mängder av blogginlägg där det främst skrivs om ämnen som rör ditt yttre. Det är främst några bloggar som kommit att bli mer populära än andra vilket innebär att flera hundratusen läser och granskar vad de skriver varje dag. Ett stort antal av dessa läsare är unga tjejer.

Syfte: Syftet med denna studie är att studera hur unga tjejer i åldern 13-15 år som läser bloggar tolkar dessa.

Metod: Vår undersökning bygger på en kvalitativ studie där vi vill se hur unga tjejer tolkar och uppfattar de mest populära bloggarna i Sverige. Detta i ett försök för att få en inblick i om bloggar har någon inverkan när det kommer till deras identitetsskapande. För att bäst få fram den information vi sökte använde vi oss av tre olika fokusgrupper där de fick diskutera och reflektera olika kända bloggerskor och deras inlägg. När det kommer till analysen och resultatet har vi byggt vår teoretiska ram kring Anthony Giddens och Thomas Ziehes teorier kring unga och hur de skapar sin identitet.

Huvudresultat: I vårt resultat framgår det att bloggerskan kan betraktas som en storasyster och förebild. Bloggerskan utgör en relativt stor del i våra respondenters vardag då de besöker och tar råd från de aktuella bloggarna flertalet gånger per dag. Resultatet visar också att våra respondenter formas av vad som skrivs i bloggarna då de många gånger saknar förmågan att tänka kritiskt kring det som publiceras.

Nyckelord: Identitetsskapande, tjejer, bloggläsande, bloggar, sociala medier

Executive Summary

I denna uppsats undersöker vi på uppdrag av Tyra Sjöstedt som leder storbloggen Tyras.se hur unga tjejer i åldern 13-15 år som läser bloggar tolkar och uppfattar dessa samt hur de inverkar på deras identitetskapande. Bloggen har blivit ett nytt fenomen till följd av internets framväxt. Intresset kring såväl läsning som skrivning av bloggar har ökat drastiskt och inte minst bland dagens unga. Framförallt är det unga tjejer som är mest aktiva på arenan. Detta ställer nya krav på unga tjejer som dagligen tampas med mängder information från diverse bloggar. Därför anser vi det ytterst viktigt att studera på vilket sätt informationen inverkar när det kommer till skapandet av deras identitet. Med detta syfte söker vi svar på vår fråga genom följande frågeställningar:

- Hur definierar respondenterna en blogg samt personen bakom bloggen?
- Uppfattar respondenterna bloggskribenterna som förebilder?
- Hur reflekterar respondenterna kring sitt och andras utseende
- Har respondenterna ett kritiskt öga?

Tidigare forskning kring bloggans påverkan är tunn, framförallt när det kommer till såpass unga tjejer. Vi har använt oss av bland annat Elza Dunkels som är filosofie doktor i pedagogiskt arbete som studerat ungas nätkulturer på internet. Boken "Ungdomar och identitet" skriven av psykologerna Ann Frisen och Philip Hwang har också använts flitigt under studien. Vår teoretiska ram i arbetet grundar sig på två välkända män: Thomas Ziehe och Anthony Giddens. Ungdomsforskaren Thomas Ziehe beskriver hur samhället avtraditionaliseras och går in i en ny teknisk era vilket medför förändringar för individen, inte minst för den yngre generationen. Ziehe menar att faktorer så som familj, arbete och könsroller som tidigare varit avgörande för skapandet av identiteten, alltmer förlorar sin position. Sociologen Anthony Giddens beskriver samhället ständigt moderniseras vilket påverkar vår vardag, vårt personliga liv och inte minst vår självidentitet.

För att få svar på vår studie använde vi oss av en kvalitativ metod för att på bästa sätt kunna tolka vårt material. Tre fokusgrupper genomfördes med tre stycken tjejer i vardera grupp. Urvalet skedde i form ett snöbollsurval utifrån olika kriterier. Vid vår analys har vi valt att utgå från fem olika teman. Dessa är:

- Tolkning av en blogg
- Gemenskapens betydelse
- Det kritiska ögat
- Bloggförebilder
- Kroppsligt och ytligt

Undersökningen visar att en bloggerska betraktas som en storasyster och förebild. Bloggerskorna utgör en stor del för unga tjejer och deras vardag. Resultatet visar även att våra respondenter formas av vad som skrivs i bloggarna då de saknar förmåga att tänka kritiskt. Det har genom våra intervjuer tydligt framgått att en press om hur man bör vara och se ut är en bild bloggar reproducerar oavsett

om det är avsiktligt eller inte.

För att återknyta och besvara vår, samt Tyra Sjöstedts som uppdragsgivares fråga; hur innehållet i stora bloggar inverkar när det kommer till unga tjejers och deras identitetsskapande kan vi nu konstatera nedanstående resultat.

Utifrån de resultat vi fått fram anser vi att Tyra Sjöstedt samt andra välbesökta bloggar bör tänka och agera oerhört försiktigt i sin strävan efter att nå en ung målgrupp. Det som publiceras har som vi nämnt, stor inverkan på unga tjejer och vi anser att den som publicerar bör stå som ansvarig. Oavsett om en bloggare har till avsikt att skada eller påverka någon negativt, bör det finnas med i bakhuvudet att denna negativa inverkan är möjlig.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING	6
1.1 PROBLEMATISERING	7
1.2 UTOM OCH INOMVETENSKAPLIG RELEVANS	8
1.3 FRÅGESTÄLLNINGAR	8
2. BAKGRUND	9
2.1 UPPDRAGSGIVARE	9
2.2 SOCIALA MEDIER	9
2.3 BLOGGEN	10
3. TEORIER	11
3.1 IDENTITET OCH TONÅR	11
3.2 TONÅRSTJEJER	13
3.3 DEN PSYKISKA & FYSISKA TONÅRSPERIODEN	14
3.4 SAMMANFATTNING TEORIER	16
4. METOD	17
4.1 VAL AV METOD	17
4.2 URVAL	18
4.3 GENOMFÖRANDE	19
4.4 ANALYSMETOD	19
4.5 FORSKNINGSETISKA ÖVERVÄGANDEN	19
4.6 METODKRITIK	20
4.7 ANALYS	21
5. RESULTAT	22
5.1 TOLKNING AV EN BLOGG	22
5.2 GEMENSKAPENS BETYDELSE	22
5.3 DET KRITISKA ÖGAT	23
5.4 BLOGGFÖREBILDER	24
5.5 KROPPSLIGT OCH YTLIGT	27
6. DISKUSSION	30
6.1 TOLKNING AV EN BLOGG	30
6.2 GEMENSKAPENS BETYDELSE	31
6.3 DET KRITISKA ÖGAT	31
6.4 KROPPSLIGT OCH YTLIGT	31
6.5 BLOGGFÖREBILDER	32
6.6 SLUTLIGA REFLEKTIONER	32
6.7 FÖRSLAG KRING VIDARE FORSKNING	33
REFERENSER	34

BILAGOR	38
BILAGA 1	38
BILAGA 2	40
BILAGA 3	42

1. Inledning

”Blir man tjock om man äter när man är mätt?”

Frågan ställdes av 13-åriga Alice som berättade att hon ”hade läst det i en blogg” och undrade om det stämde. Att en 13-årig tjej läste bloggar var för oss okänt, och inte minst att hon intresserade sig för vikrelaterade ämnen. Om detta var något hon läst i en blogg, vad mer för frågor kan ha väckts genom information via bloggar? Här föddes tanken kring temat i vårt examensarbete.

Ett nytt fenomen till följd av Internets framväxt är bloggen. Det har blivit ett av våra största digitala medier och listan över ”vanliga” människor som skriver dagböcker och livnar sig på detta i form av en blogg kan göras lång. Idag läser var femte svensk minst en blogg dagligen och den del av befolkningen som är mest aktiv på arenan är unga tjejer¹. Blogginlägg som rör ditt yttre dominerar publikationerna där bilder på kläder, sminktips och annat kroppsligt är centralt. En fråga som har hamnat i skymundan är hur unga tjejer reflekterar och tolkar innehållet som publiceras i Sveriges största bloggar.

1.1 Problematisering

Dagens ungdom är uppväxt med en ny typ av media som ett resultat av teknikens framfart. De har både tillgång, skicklighet och resurser för att göra internet till ett nytt samhällsverktyg. Vi kan ständigt och var som helst koppla upp oss i denna trådlösa och gränsöverskridande värld för att dela åsikter, ta reda på fakta eller för att läsa bloggar. Internets framväxt har haft stor påverkan på mediesamhället. Sociala medier, som resultat av Internet, skapar en enorm frihet för samhällsmedborgare då det nu är möjligt för i stort sett vem som helst att publicera material för en stor publik (Nygren 2008). Sociala medier är unika så till vida att det sker en ständig interaktion mellan mottagare och sändare. Istället för en envägskommunikation sker nu en mer ömsesidig dialog där kommunikationen förekommer mer frekvent än i våra traditionella medier. Detta öppnar nya vägar för människan. Det blir enklare att marknadsföra sig på internet både som privatperson och företag och det ger en större möjlighet för den ”vanliga” medborgaren att få sin röst hörd och få respons.

Samtidigt som internet skapar möjligheter finns även en problematik kring denna frihet. Då vem som helst kan sprida information är det omöjligt att kritiskt granska materialet. Denna oregrerade arena sätter större krav på människan när det kommer till att sortera information man blir matad med och kritiskt granska den (Karlsson 2008). Journalistens roll blir också mer ifrågasatt. Vem har rätt att kalla sig journalist? Du kan utan utbildning skapa dig en sida där du utger dig för att vara journalist och uttala dig om diverse viktiga samhällsfrågor utan källhänvisning och dylikt. Det finns ingen som kontrollerar dina publikationer i form av en ansvarig utgivare som står bakom journalistiska regler och lagar. De sociala medierna ger samtidigt utrymme för snabb publicering vilket är både på gott och på ont. I och med den snabba publiceringsmöjligheten kan det hända att det slarvas med exempelvis källor då journalisten gärna vill vara först ut bland konkurrenterna (Nygren 2008).

¹ <http://www.internetstatistik.se/artiklar/nastan-en-femtedel-av-internetanvandarna-laser-bloggar-en-genomsnittlig-dag/>.

Ett forum inom de sociala medierna som utnyttjar den fria publiceringen flitigt är bloggar. Idag har fenomenet växt sig så stort att de mest framgångrika bloggarna sitter på en maktposition med stor påverkan att kunna förändra och inverka på dess läsare. På grund av detta har det skapats en debatt i samhället kring bloggarnas roll. Många journalister problematiserar bloggarnas framväxt och fria publicering då de menar att det leder till att en stor mängd information på webben är ogranskad. Detta kan i sin tur leda till att allmänheten inte vet vilken information de kan lita på och förhålla sig till (Stakston 2010). Sett från en bloggares perspektiv är den fria publiceringen viktig. Du kan välja att skriva om intressen, personliga åsikter eller till och med skapa en "falsk" identitet och låtsas vara någon annan. Det problematiska i detta är att bloggen som nytt fenomen inte står bakom några regler eller lagar så som journalisten. Det finns alltså bloggare som har flera hundra tusen läsare per dag där ingen korregering av dess material görs. Detta kan bli väldigt problematiskt om du som läsare inte kritiskt granskar materialet som sändaren publicerar (Hadenius, Weibull & Wadbring 2008).

Ett problem som är gemensamt för bloggsribenter är att de aldrig med säkerhet vet vem som läser deras publikationer. Detta kan bli svårt då andelen bloggläsare i Sverige är högst i gruppen flickor 9–17 år (35 % nordicom.gu.se)² vilket är den ålder där du är mest formbar och mottaglig för din omgivning. Den vanliga bloggläsaren och bloggsribenten i Sverige idag är den unga tjejen (12-15 år) samt den unga kvinnan (15-25 år). Sociala medier och bloggen har öppnat nya möjligheter för framförallt unga tjejer som länge varit underrepresenterade i media. De största bloggarna i Sverige skrivs och drivs av unga kvinnor. Detta är i stort sett den enda arena där det kvinnliga könet dominerar ut det manliga (Dunkels 2010). Bloggen används flitigt i tonåringars identitetsskapande. Genom bloggar kan den unga utforska sig själv samt relationer till andra och med kreativitet och fantasi kan den unga testa sig fram i olika identiteter (Svenningsson Elm 2009). Att identifiera sig med andra är viktigt för unga människor, och att läsa bloggar verkar bli ett allt vanligare sätt att söka denna identifikation.

De ideal och krav som framhålls i många bloggar är inte alltid lätt att tampas med som ung tjej. Studier visar att tonårstjejer kan få dåligt självförtroende av massmedia och reklam (Jarlsbro 2006). Så, vilket ansvar bär en bloggare kring vad som publiceras? Är det ok att ljuga och sprida falsk information eller utge sig för att vara någon man inte är? Vilka bilder är OK att publicera? Blir du som bloggsribent en positiv eller negativ förebild?

² http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/323_internetbarometer2009.pdf

1.2 Utom- och inomvetenskaplig relevans

Som vi nämnde under problematiseringen är det otroligt svårt för en bloggskribent att exakt veta vem som tar del av publikationerna. Genom denna studie är avsikten inte att komma med konkreta lösningar till storbloggare. Vi vill däremot försöka få en uppfattning om vad det som bloggarna publicerar får för inverkan på unga tjejers identitetsskapande. Detta skall vara till hjälp för storbloggarna för att de skall veta vad konsekvenserna av deras publikationer kan bli och sedan ta ställning kring sina utgivanden.

Ur ett inomvetenskapligt perspektiv anser vi det vara ytterst viktigt att ta reda på hur bloggar inverkar på unga tjejers identitetsskapande. Då fyra av fem tjejer i åldern 9-17 dagligen skriver eller besöker bloggar kan det snabbt konstateras att bloggar upptar en stor del i unga flickors liv och det känns därför viktigt att forska mer kring ämnet. Hadenius, Weibull & Wadbring 2008 problematiserar denna fria arena utan gatekeepers och andra etiska skriftregler. Hur inverkar denna fria publicering på unga tjejer? Får det några följder för samhällsutvecklingen och i så fall vilka? Det är även intressant att se hur unga tjejer tar till sig informationen i bloggarna för att sedan forma sin identitet. Då det inte gjorts särskilt mycket tidigare forskning kring hur flickor i åldern 12-15 påverkas av bloggfenomenet kommer denna undersökning kanske kunna bidra till en ny, liten del i det stora område som avser sociala medier och dess samhällspåverkan.

Studiens syfte blir således att undersöka hur 13-15-åriga flickor som läser bloggar uppfattar dessa.

1.3 Frågeställningar

- Hur definierar respondenterna en blogg samt personen bakom bloggen?
Det vi söker svar på under denna frågeställning är vad de anser att en blogg är. Varför läser de bloggar? Vilken typ av blogg intresserar dem mest? Anser de att bloggen är ett yrke?
- Uppfattar respondenterna bloggskribenterna som förebilder?
Här vill vi veta om respondenterna ser upp till de bloggerskor de läser. Vill de vara som dem? Känner de några likheter med livet de lever, eller framkallas avund och förakt? Vad finner de intressant i bloggarna?
- Hur reflekterar respondenterna kring sitt och andras utseende?
Här vill vi ta reda på hur respondenterna uppfattar sin egen kropp likaså andra kroppar. Reflekterar de mycket kring kläder, smink, vikt? Jämför de sig med andra?
- Har respondenterna ett kritiskt öga?
Här söker vi svar på hur kritiska de unga tjejerna är kring det som läses? Tar de allt som skrivs bokstavligt? Finns det en medvetenhet om att bilder och text kan manipuleras? Vad har det för tankar kring detta?

2. Bakgrund

2.1 Uppdragsgivare

Med ovanstående fakta och tankar tog vi kontakt med en av de största bloggsribenterna i Sverige idag, Tyra Sjöstedt. Tyra driver bloggen Tyras.se och är bara en av många tjejer som idag livnär sig på sin blogg där ovanstående ämnen florerar. Hennes blogg besöks av närmare 250 000³ unika läsare per vecka och är landets fjärde största privata blogg. Vi valde att kontakta Tyra då hon i ett blogginlägg haft tankar kring hur hon skulle kunna expandera sin blogg och sitt varumärke. Hon själv ansåg sig sakna en yngre målgrupp och undrade hur hon kunde nå denna. När vi talades vid och diskuterade frågan angående hur innehållet i hennes blogg samt andra stora bloggar kan påverka unga tjejer blev Tyra berörd. Tillsammans kom vi överens om att vi i vårt examensarbete skulle försöka ta reda på hur det som skrivs i hennes samt andra stora bloggar inverkar på unga tjejer när det kommer till deras identitetsskapande. Genom vår undersökning kan Tyra sedan ta ett beslut kring huruvida hon vill expandera bland de yngre eller ej.

2.2 Sociala medier

Det är svårt att definiera exakt vad sociala medier innebär då begreppet är relativt nytt. Vi ser det dock som viktigt att förtydliga vilket perspektiv vi valt att utgå från i denna uppsats. Kommunikationskonsulten Niall Cook definierar begreppet likt följande. Han anser att sociala medier omfattar kommunikation på den digitala arenan. Här kan exempelvis åsikter delas, upplevelser samt innehåll. All information skapas online och de är användarna själva som står för publikationerna. Det som skiljer de sociala medierna från de traditionella är att det online går att skapa en direkt dialog mellan sändare och mottagare vilket gör det lätt att dela med sig. Bloggar, poddsändningar, wikies är bara några exempel på forum som förknippas med sociala medier (Cook 2008).

Sociala medier används i många olika syften. Vanligt förekommande är att besöka underhållningssajter där roliga filmklipp, historier, bilder och liknande delas och läses av allmänheten. Forum kan skapas och medlemssajter och liknande sidor framkallar en slags samhörighet där likasinnade kan finna varandra, likväl som de kan kommentera och debattera med motsatta åsikter. Sociala medier blir med tiden en allt mer kraftfullt arena som i nuläget ser ut att förändra mediebilden. Förr stod de traditionella medierna som den enda informationskällan. Nu, genom Internets framväxt, har de traditionella massmedierna förlorat sin position som enda väg till kunskap (Karlsson 2008). De sociala medierna står fria att publicera vad de vill utan några ”mellanhänder”. Det finns inga gatekeepers⁴ som kontrollerar dess publikationer och därmed är möjligheten till att nå ut med snabb information större än hos de traditionella medierna. Dessutom finns inom de sociala medierna en möjlighet till feedback, kommentarer och diskussion vilket gör de sociala medierna till en unik informationskälla (Castells 2002).

³ <http://www.bloggportalen.se/BlogPortal/view/TopLists?tl=1>

⁴ Gatekeeper, begrepp använt inom medie- och kommunikationsvetenskaplig forskning för att beteckna vad som styr urvalet av nyheter i massmedier och andra informationskanaler (<http://www.ne.se/lang/gatekeeper>)

2.3 Bloggen

1997 myntades begreppet blogg. Uttrycket kom ursprungligen från ”weblog” som i sin tur var ett enklare uttryck för att beskriva det engelska ”logging the web”. Från början var bloggen en form av personlig dagbok som publicerades på nätet. Denna dagbok har med tiden utvecklats mycket och idag kan en blogg se ut på många olika vis både sett till utformning och innehåll (skolverket.se). De senaste åren har bloggen som fenomen ökat lavinartat. Indexeringstjänsten ”Technorati” har följt bloggutvecklingen och år 2007 uppgav den att det skapades ca 120 000 bloggar per dag runt om i världen. År 2009 hade denna siffra ökat till ca 190 000 nystartade bloggar per dag (wiki http://sv.wikipedia.org/wiki/Blogg#cite_note-1).

En blogg är en sajt som påminner om en hemsida men skiljer sig så till vida att den vanligtvis uppdateras flera gånger per dag. Innehållet i en blogg är oftast mer personligt än på en klassisk hemsida och till skillnad från hemsidan ges det möjlighet till interaktion mellan skribent och läsare (Cornfield 2005). Interaktionen med möjlighet till feedback från läsarna gör att bloggen faller inom ramen för sociala medier (Bates 2010). En del av bloggarna låter dess läsare fritt kommentera utan att förhandsgranska kommentarerna medan andra bloggar väljer att först granska varje kommentar för ett eventuellt godkännande. Vanligt bland bloggare är även att skriva inlägg där man kommenterar vad andra bloggare publicerat samt länka till dem. På så vis bildas en kommunikation bloggar emellan vilket gör att bloggarna sprids snabbt samt att de blir enkelt för bloggbesökare att finna nya bloggar som skriver om ämnen de finner intressanta. Vanligt är även att bloggare utnyttjar andra sociala medier för att sprida sin blogg (skolverket.se). Exempel på sådana sidor är Facebook, Twitter och Instagram⁵.

Att publicera på en blogg innebär en frihet så till vida att bloggsajten till skillnad från traditionell media inte styrs av lagar och regler. Den fria publiceringen gör att utgivandet som sker via bloggar går betydligt snabbare än traditionella medier då de saknar så kallade gatekeepers som granskar och godkänner innehållet (Bates 2010). Det finns olika kännetecken för vad en blogg är och det är därför inte alltid lätt att kortfattat definiera fenomenet. En del bloggare väljer att skriva sina djupaste tankar för att väcka diskussion. Andra väljer att skriva kort och konsist och utesluta personliga åsikter. Det finns även de som blandar det privata med yrkeslivet (skolverket.se). De privata bloggarna som drivs av privatpersoner är idag de mest förekommande i bloggsfären. Denna privatbaserade blogg är den som mest liknar dagboken där ämnen som kretsar kring vardagsliv, familj och vänner är det mest framträdande. En annan kategori bloggare väljer att istället utelämna det mest privata och dela med sig av intressen såsom matlagning, sport, träning och mode. Lärare och designers som bloggar är exempel på personer som inriktar sig enbart på sitt yrkesliv och dess område. Därutöver finns det företag som använder bloggen i marknadsföringssyfte. Det finns även bloggar där syftet är att spela ett spel för att provocera läsarna och det är inte alltid att personen bakom bloggen framställer sitt rätta jag utan väljer att spela en roll (skolverket.se).

De mest populära är mode/livsstils bloggar, skrivna av ”vanliga” människor som genom bloggen lyckats bygga upp ett varumärke. Inom bloggsfären i Sverige är det kvinnokönet som dominerar i såväl läsning som skrivning. Det har blivit en stor del i unga tjejers

⁵ **Facebook** är ett socialt medium. Användarna kan skapa en personlig profil, lägga till andra användare som vänner och utbyta meddelanden, samt få automatiska meddelanden när någon postar meddelanden eller media på deras profil (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Facebook>). Instagram är en gratis mobilapplikation för fotodelning, där användaren kan ta bilder, lägga på ett filter och därefter dela med sig av bilden till olika sociala medier (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Instagram>). Twitter (engelska, ’kvitter; kvittra’) är en social nätverkstjänst och mikroblogg som möjliggör för användare att skicka och läsa meddelanden, så kallade tweets. Meddelandena är textbaserade och får vara högst 140 tecken långa (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Twitter>).

vardagsanvändning av internet (WII 2009). Som ofta när ett nytt fenomen växer sig stort medkommer förändringar. Då bloggar blivit en stor arena på internet har det även medfört att unga tjejer tagit ett kliv fram i samhället. Genom bloggvärlden får unga tjejer chansen att göra sin röst hörd, något som inte varit speciellt enkelt tidigare (Dunkels 2010).

3. Teorier

3.1 Identitet och tonår

Identitet som begrepp är ett ord som innefattar många olika aspekter. I denna uppsats behandlar vi främst ordet identitet utifrån begreppet självbild. Det handlar människans medvetenhet om sig själv som unik individ samt hur denne tacklar och tolkar de förändringar i livet (Frisén & Hwang 2006). Genomgående i studien kommer vi redogöra och dra paralleller till bland annat den omtalade sociologen Anthony Giddens. Han har främst gjort sig känd genom forskning kring modernitet och dess följder. Giddens har utvecklat begreppet institutionell reflexivitet vilket kort handlar om den pågående globaliseringen. Vårt samhälle moderniseras samt påverkar vårt vardagsliv, personliga liv och inte minst vår självidentitet (Giddens 1999).

Inom sociologin talas det om två olika betydelser av begreppet identitet; social identitet och personlig identitet. Giddens (2003) menar att dessa två är nära kopplade till varandra, men att det finns särskiljande drag. Kännetecken som andra människor tillskriver en individ är exempel på den sociala identiteten. Dotter, mamma, syster, läkare är några attribut som anger vad individen *är* och dessa kan även relatera personen till andra individer med samma kännetecken. Inom den sociala identiteten kan flera individer innefatta samma utmärkande egenskaper vilket betyder att denna identitetsform får en kollektiv dimension. Kollektiviteten är enligt Giddens central i olika sociala rörelser som baseras på gemensamma intressen eller värderingar. Det är utifrån dessa som exempelvis ett fotbollslag och andra intresseorganisationer formas (Giddens 2003).

Det som skiljer människor åt är den personliga identiteten som enligt Giddens är en utvecklingsprocess som ständigt pågår. Individen tar hjälp av yttrevärlden i ett försök att forma en självbild. Den kulturella och sociala omgivningen är viktiga delar i formandet av den personliga identiteten, men framför allt är friheten att välja bland olika samhälleliga val nyckeln i formandet. Giddens (2003) menar att skillnaden mellan hur den personliga identiteten skapades förr och nu beror på globaliseringen⁶ och dess utrymme. Globaliseringsprocessen och de många valmöjligheterna som tillkommer kan förvirra individen vid val och beslut. Hur vi ska leva, vad vi ska bli och vad vi ska göra är viktiga perspektiv när det kommer till individskapandet. Dock står alla dessa frågor och förväntningar där utan några som helst direktiv om *hur* de skall nås (Giddens 2003).

Likt Giddens presenterar ungdomsforskaren Thomas Ziehe (1993) sin syn på globaliseringen och ungdomskulturen. Den tyske professorn i pedagogik har genomfört en rad uppmärksammade studier om ungdomar och deras inläring. Denna professor kommer stå för vår andra teoretiska ram. Enligt Ziehe lever ungdomar i en ”individualiserad värld” där nätet utgör en bidragande faktor. Moderniseringen av teknik har enligt professorn skapat en

⁶ Globalisering kan ses som en samlingsbenämning som syftar på den kapitalistiska internationella utveckling inom politik, ekonomi och kultur som sker till en följd av en utökad och inte lika lokalt förankrad världsbild. Det forskas mycket om orsaker till globaliseringen och konsekvenser av den. De flesta är dock överens om att en stor bakomliggande orsak är den tekniska utveckling som gör att information kan spridas allt snabbare över världen (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Globalisering>).

avtraditionalisering som innebär att människor tar avstånd från det traditionella levnadssättet (Ziehe 1993). Ziehe för ett resonemang kring identiteten som något modifierbart och föränderligt till skillnad från förr. Ditt habitus⁷ har inte lika stor betydelse utan du har större möjlighet att själv styra över din livssituation. Han menar att faktorer som familj, arbete och könsroller, som tidigare varit avgörande för skapandet av identiteten, alltmer förlorar sin position.

Dessa tendenser framkallar nya egenskaper hos människan och det är framförallt tre fundamentala drag som Ziehe ofta återkommer till – reflexivitet, görbarhet och individualisering. När Ziehe talar om reflexivitet menar han att det är genom att jämföra oss med omgivningen som vi förstår oss själva och andra vilket i sin tur leder till skapandet av ett jag. Vidare menar han att detta är en ytterst viktig process i ungdomarnas jakt efter identitet. Genom att reflexiviteten i samhället har ökat ges det fler möjligheter för individen att uttrycka sig och reflektera kring sig själv och sin identitet. Med görbarhet menar Ziehe att allt upplevs som möjligt att genomföra, och i och med individualiseringen ges det också möjlighet till att välja bland olika områden och handla därefter. Kort kan man säga att dagens ungdomar är befriade från traditionella krav vilket kan tyckas positivt. Samtidigt kan en osäkerhet och ångest uppstå då det inte finns något självklar livsväg att gå vilket kan vara pressande i skapandet av identiteten. Det finns heller ingen möjlighet för alla att uppnå sina individuella mål vilket kan generera i en frustration och besvikelse då drömmar kan falla (Ziehe 1993).

Ungdomsåren är en av de viktigaste perioderna i livet när det kommer till skapandet av en identitet. Unga människor lever i en känslig livsfas med ständig rörelse där identitetsskapandet är ytterst centralt (Ziehe 1993). Den psykoanalytiske författaren Erik H. Erikson var den första författaren som studerade identitet och identitetsbildning med fokus på unga. Under tonårsperioden tampas många tonåringar med en inre kamp där mycket av tiden handlar om att försöka hitta sig själv och skapa en identitet som tillfredställer dem (Eriksson & Eriksson 2004). Enligt Erikson är det mest centrala identitetsegenskaperna att som individ finna en känsla av att vara densamma i samtliga situationer och att ständigt ha en och samma identitet att gå tillbaka till samt luta sig mot. Detta är enligt Eriksson viktigt då det sker förändringar i form av nya relationer och faser i livet. Vidare pratar Erikson om fyra olika dimensioner som har påverkan på vår identitet; psyke, kropp, samhälle och den historiska kontexten. Med andra ord utgörs identiteten dels utifrån individens psykologiska intressen, dess anlag, behov och försvar. De biologiska förutsättningarna så som genus, fysisk styrka och begränsningar spelar också roll för skapandet av identiteten. Som sista element nämner Erikson att samhälleliga roller så som livsstilsval, yrke och könsroll likväl har ett finger med när det kommer till identitetsskapandet. Samtliga ovannämnda element anknyts genom interaktioner för att försöka skapa en självkänsla hos individen (Frisen & Hwang 2006). Om självkänslan är på plats kommer identiteten få oss att känna välmående vilket är målet för människan. Individen kommer att ha en god kroppsuppfattning, samt känna att den betyder något för personer i dens omgivning, ett måste för att känna tillfredställelse och lugn.

Problematiskt för tonåringar i identitetsskapande är att de befinner sig i en fas där de i många avseenden bedöms vara vuxna, samtidigt som de anses vara barn. Denna mellanfas innebär spänning, förvirring som osäkerhet. Samtidigt tvingas de anpassa sig till ett samhälle som ständigt förändras vilket ställer ytterligare krav på ungdomen (Giddens 2003). Förr ansåg många teoretiker att det efter tonårsåldern fanns en stabilitet i den identitet man byggt upp.

⁷ Begreppet Habitus är nu för tiden främst förknippat med sociologen Bourdieu. När han talar om habitus syftar han till tidigare erfarenheter och vår sociala bakgrund. Han hävdar att människan tänker, väljer och handlar enligt vissa mönster snarare än andra och detta beroende på vår uppväxt med mera. Enligt honom är detta den största orsaken till olika val man gör i livet (Carle 2007:407).

Numera spekuleras det kring om identitet kommer kunna stabiliseras (Frisén & Hwang 2006). Identiteten problematiseras allt mer och har blivit ett problem i den moderna samhällsordningen. Avtraditionaliseringen som vi nämnt i avsnittet innan, har både positiva och negativa aspekter. Ziehe (1999) menar att nackdelarna med avtraditionaliseringen (eller den kulturella friställningen som han även använder som uttryck) är de förhöjda krav som ställs på människan. Vi föds inte längre in i ett givet sammanhang där vi kan förlita oss på vår familj och dess trygga traditioner och regler. Individen får allt högre krav på sig att tolka samhälleliga koder och symboler och därigenom upptäcka och komma på vad han eller hon står för, vilka värderingar som man vill representera samt vad man tror på. Livsvägen är helt enkelt inte avgränsad på samma sätt som tidigare och idag är denna kulturella friställningsprocess bara ett av alla förvirrande steg i samhället vi socialiseras in i.

Att avtraditionaliseringen kan ses som problematisk har mycket med vårt mediesamhälle att göra. Att som ung stå mer ensam utan en familj att luta sig mot lika mycket som förr kan vara svårt. Att på samma gång matas av reklam från media där många olika levnadssätt, identiteter, utseenden och värderingar dagligen presenteras kan lätt öka denna förvirring och press som man står under i skapandet av identiteten. Media är flitiga med att mata dagens ungdomar med ideala bilder och drömmar vilket kan sporra ungdomar, men också förvirra. Då media ständigt ändrar idealen blir en uppbyggnad av identitet ett livslångt projekt. Detta medför en frustration då individen inte alltid har möjlighet att ta till vara på allt som erbjuds. För vissa saknas utbildning, pengar eller andra viktiga resurser (Giddens 2003). Kort sagt; Det har i vårt moderna samhälle helt enkelt blivit svårt och pressande att leva upp till alla de bilder som media förser oss med. Man skyller misslyckanden och raseranden på sig själv snarare än att se till sina förutsättningar (Ziehe 1993). Detta blir avtraditionaliseringens baksida. Givetvis matas du av denna typ av information och reklam även som vuxen individ, men både Ziehe och Giddens poängterar är att den äldre generationen, till skillnad från den yngre, har en stabil grund samt gamla vanor att luta sig mot. Detta underlättar när samhället genomgår stora förändringar (Ziehe 1994, Giddens 2003).

3.2 Tonårstjejer

En av de teoretiker som framfört feministisk kritik gentemot subkulturforskningen⁸ är Angela McRobbie. Hon belyser att flickor alltid fått mer strikta riktlinjer under uppväxten än pojkar. Det handlar om allt ifrån hur de ska klä sig för att inte väcka för stor uppmärksamhet till att inte stanna ute för sent om de inte omges av manligt sällskap. Killar har redan från början fått lära sig att vara med och spela på den offentliga arenan medan man lär tjejerna att rädas den. Dessa typer av ramar och regler om hur tjejer bör leva riskerar att begränsa dem som individer, vilket i slutändan kan leda till att tjejer accepterar en viss typ av underordning och förtryck (McRobbie 1980/84). Även Jarlbro 2006 skriver om skillnaden mellan hur kvinnor och män behandlas i media. I Veckotidningar framställs mannen som smart och ambitiös. Läsaren får reda på vad han gör på sin fritid, vad han arbetar med och vad han har för framtidsplaner. När kvinnan beskrivs i media handlar det istället om hur hon gör för att se ut på ett visst sätt, vad hon äter, hur hon tränar och så vidare. En annan intressant skillnad mellan könen när det kommer till veckotidningar är titeln på tidningen. När vi kommer till tjejtidningar heter de ofta något i stil med söta namn så som "Julia", "Amelia" eller "Frida". Titlarna på de manliga magasinerna heter ofta något i stil med "King". Med tanke på den bild som media förmedlar av kvinnan är det inte konstigt att unga blir förvirrade i sitt identitetsskapande. De blir tvungna att hitta sin egen väg för att uppnå en identitet att trivas

⁸ Ur ett sociologiskt perspektiv är en subkultur en samling individer med bestämda uppfattningar och beteenden som skiljer dem från den större kultur som de är en del av. En subkultur kan utmärka sig genom att dess medlemmar är av en viss ålder, kön eller etnisk tillhörighet, och att de har vissa gemensamma åsikter, religiösa uppfattningar eller sexuell läggning (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Subkultur>).

med, vilket inte alltid är lätt då media förmedlar oändligt med information kring hur du skall nå det perfekta idealet (Frisen & Hwang 2006) (Jarlbro 2006).

McRobbie skriver om hur unga tjejer jobbar med sitt skapande av identiteten på flickrummet. Där kan de stänga in sig och testa olika stilar genom att prova klädesplagg och smink genom inspiration från modemagasin (McRobbie & Garber 2005 (1977)). Medie- och kommunikationsvetenskapsforskaren Malin Sveningsson Elm skriver om hur detta flickrum idag kan återuppstå i ny form på internet (Sveningsson Elm 2009). Även Elsa Dunkels, en forskare inom barn och ungas nätkulturer, förklarar hur internet ger unga tjejer möjlighet att uttrycka sig och samtidigt ta del av andra och därigenom prova olika identiteter (Dunkels 2010).

Don Tapscott (1998) är också positivt inställd till Internets utveckling och inverkan på den yngre generationen. Han anser att i och med utvecklingen av internet mognar ungdomar snabbare. De blir mer självständiga och självsäkra genom att de får en mer aktiv roll på internet där de själva kan söka och finna oändligt med information vilket ger dem kunskap att utvecklas. Han ser det också som väldigt positivt för ungdomar att på internet fritt kunna uttrycka sina känslor oavsett ålder eller kön. Det är främst unga tjejer som har behovet att vara personliga och uttrycka vad de känner för att på så sätt kunna få hjälp och råd av andra unga i samma situation. Unga tjejer är alltså enligt Tapscott i stort behov att finna en grupp tillhörighet vilket de aktivt gör på nätet (Tapscott 1998).

Genom internet beskriver Tapscott (1998) att det är vanligt att skapa sig olika identiteter och experimentera med dem. Bakom skärmen vet ingen din riktiga identitet och du kan på en och samma gång spela tio olika roller på olika nätsidor. Detta bidrar till att denna generation blir mycket bättre på att hantera sina olika identiteter än tidigare generationer som inte haft möjlighet till dessa identitetsexperiment. Enligt Tapscott har Internets utveckling också genererat i att unga blir mer innovativa vilket innebär att man ständigt vill göra saker bättre. När de ser hur andra lyckas och kan känner många att inget är omöjligt. Kan dem kan jag. Framför allt har detta gynnat det kvinnliga könet, som i generationer haft svårare att höras, synas och uttrycka sig.

Bloggar är en arena där unga tjejer dominerar och undersökningar visar att de börjar läsa i tidig ålder. Vid tolv års ålder är redan hälften av Sveriges unga tjejer aktivt engagerade i bloggsfären (Findahl 2010). Sveningsson Elm har studerat tonårstjejjers presentationer på internetsidan Lunarstorm för att se hur tjejerna via denna portal provar sin identitet. I studien finns tydliga exempel på att ämnen som skönhet, kropp och sexualitet är de mest centrala (Sveningsson Elm 2009). Dessa teman är även dem som florerar på de flesta bloggar skrivna av kvinnor.

3.3 Den psykiska och fysiska tonårsperioden

Under tonårsperioden präglas individen av både psykiska och fysiska förändringar. Dels börjar du som tonåring att fundera över hur din framtid kommer att se ut. Vem är du? Vem vill du vara? Utbildning? Vilka vänner är mina riktiga? Vilken typ av kille vill jag ha? Vilket kön attraheras jag av? Kommer jag någonsin träffa någon? Sådana frågor dyker upp hos de flesta tonåringar någon gång under uppväxten (Frisén & Hwang 2006). Det sker även kroppsliga förändringar i och med puberteten och alla utvecklas inte i samma takt. En jämnårig som utvecklas tidigt bemöts mer som en vuxen till skillnad från dem som utvecklas lite senare. För de tonåringar som kommer i puberteten ovanligt tidigt eller sent kan det bli

besvärligt. De förväntningar som andra har stämmer inte alltid överens med deras mögnadsnivå och vad som förväntas av jämnåriga. Detta kan bidra till två olika scenarier. Tonåringen som fysiskt sätt är i början av puberteten kan ändå vara psykologiskt mogen gentemot de förväntningar och ansvar som hör till vuxenblivandet och en fysiskt utvecklad tonåring behöver inte alltid vara redo psykiskt (Frisén & Hwang 2006).

Under tonårsperioden är en av de viktigaste uppgifterna att skapa en realistisk kroppsuppfattning som innehåller både den bild du har av dig och själv, samt hur andra uppfattar den (Frisén & Hwang 2006). Don Tapscott skriver i sin bok *Growing up digital: the rise of the net generation* (1998) om hur internet gör ungdomar mer självständiga genom att de aktivt kan söka information kring intressen och bevaka aktuella samtalsämnen. Bloggar tar upp många unga tjejers tid och det som skrivs är ofta utseenderelaterat. Resultatet blir att flickor jämför sig med andra. Maria Mastronardi skriver i sin artikel *Adolescence and media* (2003) att massmedia har kommit att bli en stor del av unga människors liv. Siffror visar på att 98 % av unga mellan 12-16 år använder internet på fritiden där sociala medier är en av de mest populära besökskanalerna⁹. Det är dock svårt att tala om i vilken utsträckning och på vilket sätt massmedia påverkar individen (Jarlbros 2006), men Mastronardi (2003) skriver om hur massmedia över tid kan påverka ungdomars beteenden. När Jarlbros (2006) talar om massmedias påverkan på ungdomen påpekar hon skillnaden mellan reklamens mer kortsiktiga och avsiktliga effekter och reklamens potentiella effekter. Med det första menar hon reklamens möjligheter till att påverka köpbeteendet hos mottagaren, och med det sistnämnda menar hon huruvida reklam bidrar till inläring och acceptering av etablerade normer och värderingar och förväntade beteenden i givna sociala roller och situationer. Att reklam skulle påverka ungdomen i sitt köpbeteende är lättare att bevisa med tanke på att företag dagligen satsar mängder av pengar på marknadsföring. Enligt institutet för Reklam och Mediestatistik (www.irm.se) satsades i Sverige 2004 dryga 50 miljarder på reklam, vilket förmodligen inte hade gjorts om det inte var så att företagen fick utdelning för det. Det är dock svårare att uttala sig om de potentiella effekterna. De normer och ideal som förmedlas via massmedia samverkar med andra effekter så som familj och umgänge. Detta gör det svårt att veta precis hur stor del som påverkar individen via reklam, men Jarlbros (2006) lyfter fram en del forskning som styrker att medier i allmänhet inklusive reklam har ett visst inflytande på ungas kroppsuppfattning (Jarlbros 2006).

Mastronardi (2003) menar att det finns tydliga kopplingar mellan unga kvinnors medieanvändning och deras missnöje till den egna kroppen. Frisé och Hwang (2006) beskriver hur självkänslan hos unga är starkt relaterad till uppfattningen om sina kroppar vilket är mest påtagligt bland tjejer. Med andra ord; Ett missnöje till kroppen skapar en mer negativ självbild. Ideal kring kropp och utseende finns överallt inte minst i massmedia. Resultatet gör att flertalet ungdomar känner ett missnöje över sitt yttre. En studie visar att 57 procent av flickor i årskurs nio kände att det var för tjocka, hela 87 procent hade önskat att de kunde ändra något på sin kropp (Frisén & Hwang 2006).

Media som ständigt förser oss med bilder på ett perfekt ideal leder till en hög press på den unga tjejen. Då idealet ständigt förändras blir det allt svårare att uppnå. Förr i tiden var fylliga låår attraktivt medan idealbilden idag förespråkar spinkiga ben (Frisén & Hwang 2006). McRobbie problematiserar kvinnans framställning i media och hävdar att dagens unga ständigt tvingas sträva efter det perfekta idealet. Detta påverkar identitetsskapandet då idealet

⁹ (<http://www.statensmedierad.se/Kunskap/Ungar--Medier/Medievanorna-bland-barn-och-unga-forandras/>)

Medievanorna bland barn och unga förändras - Statens medieråd
www.statensmedierad.se) Skrivet 2011 01 01)

ständigt förändras. Detta frustrerar den unga tjejen som inser att det perfekta idealet inte har något slut (McRobbie 1980/84).

3.4 Sammanfattning teorier

Det är under din tonårstid som du lättast påverkas av din omgivning. Du jämför dig själv med andra och tar efter i större utsträckning än när du blir äldre. Media har en bidragande faktor när det gäller jämförelsen av andra. Du matas ständigt med bilder på det perfekta idealet som inte alltid är lätt att leva upp till och som många gånger sätter en stor press på tonåringen.

Identitetskapandet har förändrats med tiden. Tidigare hade familj och dess värderingar en central roll i människans identitetskapande. Idag ser det annorlunda ut. Genom avtraditionaliseringen skapar individen sin identitet till större del genom andra och en jämförelse med dem. Jämförelsen kan bli problematisk då alla föds med olika förutsättningar. Det blir svårare att leva upp till medias krav kring både utseende och karriär och risken blir således att en besvikelse och ett misslyckande tar sig vid. Hur du uppfattar din identitet har mycket med din kroppsuppfattning att göra. Är du tillfreds med din kropp har du lättare att finna en identitet som känns bra.

4. Metodkapitel

4.1 Val av metod

När primärdata skall samlas till en undersökning finns det två huvudsakliga angreppssätt, kvalitativ respektive kvantitativ metod. Det som är avgörande för vilken av dessa två som lämpar sig bäst är beroende på undersökningens syfte och problemformulering (Jacobsen 2002). Den kvantitativa metoden lämpar sig bäst när syftet är att undersöka räckvidden eller omfånget av ett problem medan den kvalitativa metoden passar bäst när syftet är att få en djupare förståelse för den valda målgruppen (Jacobsen 2002). Inom den kvalitativa innehållsanalysen är hermeneutiken utgångsläget. I denna teori finns det två utmärkande drag. Dels handlar det om tolkningslära, vilket är viktigt för att kunna urskilja särdrag och se var text som unik. Lika mycket handlar om att budskapet i alla texter inte alltid är entydigt då vi alla förhåller oss olika till det vi ser (Östbye m.fl. 2004).

Generalisering är något som görs automatiskt och kontinuerligt av människor. Eftersom alla har olika bakgrund och förståelse kommer texter inte tolkas på samma sätt. Då studien är relativt liten med få respondenter är det svårt att uttala sig i generella ordalag, men det är heller inte huvudsyftet med vår uppsats (Ekström & Larsson 2010). Istället finns det en önskan om att få en ökad förståelse hur våra respondenter tänker. Vårt mål är att få ett djup, kunna belysa utmärkande drag samt väcka nyfikenhet inom vårt område, därav valet av kvalitativ metod (Östbye m.fl. 2004).

Insamling av data inom den kvalitativa metoden kan ske på olika sätt. Vi har valt att använda kvalitativa intervjuer. Anledningen till att vi valde att genomföra intervjuer är att vi ville skapa en inblick och förståelse kring hur unga tjejer uppfattar och tolkar stora svenska bloggar, samt vad det kan ha för betydelse i deras identitetsskapande. Vi anser att intervju som datainsamlingsmetod är det bästa och kanske det enda sättet när du vill kunna läsa mellan raderna och komma åt underliggande tankar hos dina respondenter (Merriam 1994). Andra fördelar med denna insamlingsmetod är att det finns möjlighet att få tillgång till material som annars hade varit svårt att få fram, samt uppföljning av intressanta spår. Intervjumetoden lämnar också möjlighet att prova egna hypoteser under intervjuens gång (Östbye m.fl. 2004).

Vi är väl medvetna om och har haft i åtanke att intervjuer som sker ansikte mot ansikte kräver en del försiktighet och eftertänksamhet hos oss moderatorer. Hur vi betar oss, vad vi säger och hur vi styr samtalet kan ha stor påverkan på hur intervjuerna tar vid. Wärneryd (1990) menar att intervjuer som sker genom personliga möten kan få respondenten att känna en viss typ av press när det kommer till att svara etiskt korrekt. Trots detta anser vi att den här metoden passar bäst då våra respondenter är såpass unga. Vi anser att det hade varit svårt för oss att få till exempel en telefonintervju personlig och därmed svårare att skapa en förtroelig stämning. Att skapa ett förtroende mellan oss som moderatorer och våra respondenter har vi sett som en ytterst viktig och avgörande uppgift för att nå en djup diskussion och få dem att våga öppna upp sig. Detta tror vi kommer mynna ut i mer utvecklade och sanningsenliga svar som resulterar i att studien får ett mer trovärdigt resultat. Östbye m.fl. (2004) skriver att den idealiska kvalitativa intervjun ska ske som ett vanligt samtal.

Vi valde att använda oss av fokusgruppsintervjuer. En fokusgrupp är en form av gruppintervju där utvalda personer med relevant bakgrund tillsammans diskuterar olika frågeställningar (Östbye m.fl. 2004). Under denna intervjuform är det viktigt att vara en god och aktiv lyssnare för att få tillgång till sina respondenters egna betraktelser (Ryen 2004). Lika viktigt

är att under hela samtalet ställa många frågor kring det man faktiskt har förstått som det man inte förstått. Anne Ryen hänvisar i sin bok "Kvalitativ intervju" (2004) till en undersökning av Miller och Glassner baserad på unga tjejer i åldern 13-18 år. Resultatet visar att andra viktiga element för att ge unga tjejer tillit och förtrolighet är ett genuint intresse, försäkringar om konfidentiell behandling samt att undvika att vara dömande.

Jacobson (2002) anser att en intervju inte bör inledas med allt för precisa frågor. Risken blir att svaren som ges speglar moderatorns tankar snarare än respondenternas. Vi inledde därför våra intervjuer med ett antal teman med öppna frågor. Tanken var att redan från början få vår respondentgrupp att öppna upp sig och känna sig fria att prata öppet kring ämnet. Vi valde att inte ge våra respondenter särskilt mycket information innan intervjun. Det enda de visste om var att den skulle behandla bloggar de läser. Anledningen till varför vi inte ville ge dem för mycket inblick kring våra frågor var på grund av att vi intervjuade kompisgäng i unga åldrar. Vi ville inte att de på förhand skulle påverka varandra genom att dela åsikter och tankar. Risken hade blivit att en sämre diskussion först under den aktuella intervjun och respondenterna hade kanske i större utsträckning gett liknande svar. Det skulle också ha blivit svårare för oss att läsa mellan raderna på vad som sagts, samtidigt som att spontana reaktioner på varandras svar hade uteblivit.

Ett annat effektivt sätt att väcka frågor och skapa diskussioner i en gruppintervju är att använda sig av exempelvis bilder som komplement till intervjufrågor (Ekström & Larsson 2010). Vi valde att visa olika bilder från stora bloggar i slutet av varje intervju. Respondenterna fick diskutera och spåna fritt kring vad de såg vilket vi anser bekräftade mycket av det som sagts under själva intervjufrågorna vilket gav oss ytterligare intressanta spår att följa upp.

4.2 Urval

Vid val av respondenter vill man fånga in de personer som anses utgöra en ändamålsenlig grupp för det fenomen man vill studera (Ekström & Larsson 2010). Vår uppdragsgivare hade tre krav vid val av respondenter. Eftersom tanken med studien inte är att jämföra genus var det första kravet att endast intervju tjejer. Krav två var att tjejerna var tvungna att vara mellan 13-15 år, och det sista kriteriet var att samtliga av dem skulle vara aktiva bloggläsare.

Eftersom bloggläsning existerar runt om i hela landet och att gemeneman har möjlighet till att läsa bloggar spelar den geografiska spridningen på vår undersökning mindre roll. Det vill säga att vi skulle kunna välja i princip vilken kommun som helst utan någon skillnad på vårt slutresultat (Ekström & Larsson 2010). Samtidigt är vår studie liten och icke generaliserbar vilket är ytterligare exempel på att spridning inte har någon betydelse för det slutliga resultatet.

Då vi som moderatorer har få kontakter inom vår valda målgrupp använde vi oss av ett så kallat snöbollsurval, vilket innebär att man utgår från en lämplig person som sedan lokaliserar en vidare genom att tipsa om andra aktuella respondenter (Ekström & Larsson 2010). Denna person var en bekant som vi visste hade en bred kännedom inom området och kunde hänvisa oss vidare. Att använda sig av referenser för att hitta fram till rätt person är en metod som Ekström och Larsson (2010) hänvisar till i boken "Metoder i kommunikationsvetenskap".

Våra intervjuer tog plats i en tätort sex mil norr om Göteborg. Detta korta avstånd lämpade sig bra även ur praktiska aspekter då vi därmed kunde spara in tid. Denna tid var dyrbar då vi var tvungna att skaffa målsmans tillstånd för att få lov att intervju de unga tjejerna (Ekström

& Larsson 2010).

4.3 Genomförande

Vi genomförde tre fokusgruppsdiskussioner, där vardera grupp bestod av tre tjejer. Respondenterna var i åldern 13-15 och i vardera fokusgrupp fanns samtliga åldrar representerade. Varje intervju tog ca en timme och genomfördes på tre olika caféer i en av Göteborgs närliggande kommuner.

Intervjuerna genomfördes under en och samma vecka vid olika tidpunkter efter tjejernas önskemål. Vi hade i förväg kontaktat deras föräldrar för godkännande av döttrarnas medverkan och fick i samband med intervjun föräldrarnas underskrift. Vid varje intervjutillfälle medverkade två moderatorer; en moderator som styrde diskussionerna samt en observatör som satt lite avsidet och antecknade. Samtliga intervjuer bandades med hjälp av en Iphone, detta efter flickornas godkännande.

4.4 Analysmetod

Vi använde oss av den hermeneutiska metoden vid analysen av vårt material. Metoden innebär att vi forskare har stor förståelse kring ämnet redan innan analysen av vårt material. Denna förståelse är en förutsättning för att materialet skall kunna tolkas (Kvale 1997). Vid starten av vårt uppsatsskrivande var samtliga av oss flitiga bloggläsare med stor insyn i fenomenet. Vi var osäkra på hur pass mycket unga tjejer läste bloggar och vilka bloggar som var favoriter till dem vilket vi anser var till fördel för vår studie då det gav oss en relativt neutral syn. I den hermeneutiska analysmetoden finns två poler som behöver vägas mot varandra; förståelse och förståelse mot del och helhet. Det är dessa två poler och växelspelet mellan dem som genomsyrar hela den hermeneutiska processen. Växelspelet är grundläggande för att kunna tolka resultatet och dra slutsatser (Kvale 1997).

När våra intervjuer var avslutade transkriberades dem vilket betyder att ord för ord skrivs ner och sammanställs. Vi gjorde som Kvale beskriver, såg först till helheten av intervjun, för att sedan gå in på djupet, för att sedan se till helheten igen. Denna metod gav oss både en detaljerad bild av våra intervjuer samtidigt som vi fick en bra helhetsbild. Positivt med hermeneutiken är att det finns möjlighet att se genom respondenternas synsätt och därmed få både deras bild samt vår egen. Viktigt blir att lägga sig på respondenternas nivå, visa empati och förståelse för deras tankar. Målet med analysmetoden var att få en god insikt i respondenternas livsvärld vilket är hermeneutikens huvudsyfte (Patel & Davidson, 2003, Rosengren & Arvidson, 2002, Starrin & Svensson, 1994).

4.5 Forskningsetiska överväganden

Under vår studie har vi tagit hänsyn till forskningsetiska principer och efter godkännande av samtliga föräldrar kunde vi börja vår datainsamling. Genomgående i studien behandlar vi tjejernas konfidentialitet. Vi gav också vår försäkran om att använda deras ord i rätt bemärkelse och erbjuda respondenterna inflytande över analysen och tolkningarna. Allt detta för att tjejerna inte skall känna sig manipulerade eller fara illa (Ryen 2004). Var intervju började med en introduktion till studiens syfte, information om att intervjun spelades in, samt hur materialet skulle behandlas i fortsatt syfte. Vi påpekade även att det var fritt att svara på frågor samt fritt att avbryta intervjun. Tjejerna fick vårt ord på att endast vi moderatorer skulle lyssna på inspelningen och att deras namn skulle figurera i presentationen av studien.

Vi diskuterade huruvida vi i uppsatsen skulle nämna orten där fokusgrupperna ägde rum, och kom fram till att endast ange att det var en kommun i Göteborgs närhet. Anledningen till detta var att orten är relativt liten med endast en högstadieskola vilket resulterar i att konfidentialitetskravet blir svårare att uppfylla. Hur empirin redovisas bör därför ske med största försiktighet så risken för igenkänning minimeras. Dessutom ansåg vi att intervjuplatsen inte kom att vara avgörande för vårt resultat och därmed var det viktigare för oss att i den mån det går, värna om flickornas integritet. Att lova en konfidentiell behandling bidrar i slutändan till mer förtroende och öppenhet (Ekström & Larsson 2010).

Som tidigare nämnt är det viktigt att skapa en närhet gentemot respondenterna för att kunna genomföra en lyckad intervju (Ryen 2004). Samtidigt är vi medvetna om att en balans mellan närhet och distans inte alltid så enkel när det berör intervjuer med unga. Forskarens strävan efter att komma nära sina respondenter kan resultera i att moderatören blir som en av deltagarna snarare än den som styr samtalet (Ryen 2004). En annan problematisk aspekt vid studerande av unga är att de står på en tröskel mellan ung- och vuxenålder. Det innebär att det är svårt för dem att fastställa sina uppfattningar då de i högre grad än vuxna ändrar åsikt. (Ryen 2004). Unga människor har alltså till högre utsträckning en förmåga att ge olika svar från tillfälle till tillfälle.

Vi har diskuterat vår ålder i relation till respondenternas. Vi tror att de ser oss som vuxna, samtidigt är vi ändå relativt unga vilket framgår tydligt. Detta kan vara såväl en för- som nackdel. Antingen kan respondenterna ha lättare att relatera till oss som unga vuxna och känna en större gemenskap med oss vilket kan leda till en lättsam och bra diskussion. Å andra sidan har vi diskuterat om det kan vara så att denna relatering kan bli jobbig för dem så till vida att de ser upp till oss på ett annat sätt än om vi varit äldre. Kanske vill de gärna ha vårt medhåll och respekt och vågar därför inte fullt ut säga var det faktiskt tycker. Med detta i åtanke var vi väldigt noga med att vara professionella och tala med ett vuxet ”språk” vid början av vårt möte, samtidigt som vi under intervjuens gång försökte lägga oss på en samtalsnivå som de är vana vid.

4.6 Metodkritik

Då samtliga av oss helt saknar erfarenhet kring intervjusituationer fanns en oro kring huruvida vi skulle kunna få igång en bra gruppdiskussion. För att bekräfta att våra frågor var utformade på rätt sätt valdes att testa vår intervjumall och göra en så kallad pilotintervju (Kvale 1997). Det visade sig vara ett bra beslut då pilotintervjun gick över förväntan. Vi fick igång en bra diskussion och kände att samspelet mellan oss och våra respondenter resulterade i bra svar. När samtliga av våra fokusgrupper var genomförda valde vi därför att använda pilotstudien i vår analys.

För att mäta en undersöknings hållbarhet används ofta begreppen validitet och reliabilitet. Förenklat kallat giltighet och tillförlitlighet. Validitet och reliabilitet går hand i hand i den bemärkelsen att det empiriska materialet måste stämma överrens med teorin. Enkelt kan validitet förklaras som *”Hur bra man mäter det man vill mäta”*, och reliabilitet som *”Hur bra man mäter det man faktiskt mäter”* (Östbye m.fl. 2004).

Enligt Ryen (2004) kan validitet delas in i intern- och externvaliditet. Den interna validiteten blir en bekräftelse på att vi fått tag i relevant information gentemot vår forskningsfråga, det vill säga om vi faktiskt har undersökt det vi tror oss undersöka. Den interna validiteten blir även en sorts hjälp för forskaren när det kommer till hot och kritiskt granskande av dennes resultat. Den externa validiteten är istället ett mått på om ett visst orsakssammanhang också

gäller i andra miljöer, dvs. om det går att göra en generalisering av resultatet (Ryen 2004).

Vid en kvalitativ studie är reliabiliteten svår att mäta, något vi tydligt märkt under vårt arbete. Det är svårt för oss att kunna generalisera vår studie och det empiriska materialet då exakta mätningar inte går genomföra. Skulle studien genomföras på samma sätt igen skulle troligtvis resultatet få ett annat svar vilket är det problematiska kring den kvalitativa studien. Som vi tidigare belyst var dock inte en generaliserbarhet vårt mål, utan vi ville öka vår förståelse för vår fråga.

4.7 Analys

I analyskapitlet presenterar vi vårt empiriska material utifrån våra genomförda intervjuer. För att få en klarare och mer överskådlig illustration över hur våra respondenter tolkar och uppfattar bloggar de läser har analysen fått en tematisk uppdelning med samma rubriker som vårt teoretiska kapitel.

I samtliga delar kommer vi lyfta fram citat från våra respondenter som vi anser vara centrala i vårt material. Vi har valt att använda oss av fiktiva namn när vi talar om respondenterna i vår undersökning. Fokusgrupp A består av Angelina (14 år), Alinde (13 år) och Agnes (13 år). Fokusgrupp B består av Beata (15 år), Birgitta (14 år) och Billy (13 år) och fokusgrupp C består av Claudia (13 år), Cecilia (14 år) och Chloe (14 år). Citaten som vi valt att presentera från våra intervjuer har reviderats från talspråk till skriftspråk då vi anser att det gör texten lättare att ta sig igenom. Vi har dock ändrat så lite som möjligt i ett försök att få respondenternas personlighet att fortfarande vara synlig.

En analys med koppling till våra teoretiska utgångspunkter samt den tidigare forskning som vi redan presenterat kommer att ske löpande under analysen.

Då våra respondenter genomgående under intervjuerna relaterade till främst två bloggar tänkte vi kortfattat presentera dessa för att göra våra respondenters resonemang så tydliga som möjligt:

Kenzas.se är idag Sveriges mest besökta blogg och drivs av 20: åriga Kenza Zouiten, bosatt i Stockholm. Samtidigt som hon har bloggen som heltidsjobb är hon även egen företagare och sysslar med allt ifrån web-tv, smyckes samt klädkollektioner och modellande. Hennes blogg är en slags livstils/modeblogg där vi får följa med i hennes vardag och allt vad det innebär.

Kissies.se drivs av 20: åriga Alexandra Nilsson, också bosatt i Stockholm. Alexandra startade sin bloggkarriär genom att skriva om sitt alterego på ett mycket provocerande sätt vilket fick hennes läsarantal att skjuta i höjden. Idag livnär sig hon på sin blogg och den är tillsammans med Kenzas.se en av landets största. Att vara frispråkig och "osvensk" är ett genomgående drag i hennes blogg och i bloggen florerar en del provocerande bilder på henne i bikini där hon visar upp sin kropp och sina stora silikonbröst på ett utmanande sätt.

5. Resultat

5.1 Tolkning av en blogg

För att få svar på om bloggar inverkar på unga tjejers identitetsskapande anser vi det vara centralt att ta reda på hur respondenterna definierar en blogg samt vilka bloggar som lockar och varför. Beroende på svaren kan vi få en bättre uppfattning om vad bloggen har för inverkan på deras identitetsskapande.

Inledningsvis bad vi respondenterna förklara vad en blogg är:

”En blogg är som en dagbok nästan. Man skriver om vad som helst som man gör under en dag till exempel. Fast man skriver inte om sådant som man vill hålla för sig själv eftersom att alla kan läsa det man skriver.” Angelina, 14

Samtliga av våra respondenter hade en gemensam bild av vad en blogg är; en typ av dagbok där du fritt skriver om allt du vill ur ditt liv. De menar att bloggen har ersatt dagboken då det är lättare att skriva på datorn än för hand. Samtliga poängterade att alla kan läsa en blogg och att man därför inte delar med sig av sina djupaste hemligheter i samma utsträckning som i en dagbok. Likt våra respondenter beskriver även Willett & Buckingham (2006) två stora skillnader mellan dagboken och en blogg. Den första är, precis som respondenterna beskrev, att en dagbok skrivs i personligt syfte där tankar som ingen annan bör läsa är huvudtemat. Ett blogginlägg publiceras direkt på internet vilket gör det offentligt för alla att läsa (Willett & Buckingham 2006).

Bloggen handlar om bloggskribentens egna tankar, funderingar och liv vilket respondenterna nämner som en anledning till läsandet. Frisé & Hwang (2006) skriver om hur unga tonåringar söker bekräftelse från personer de värderar för hjälp i byggandet av identiteten. Utifrån detta resonemang kan det tolkas att bloggläsarna använder bloggen och personen bakom den som en representant i identitetsskapandet.

Vidare talar Tapscott (1998) om Internets betydelse för ungdomars identitetsskapande då de kan hitta råd på bland annat på bloggar. De oändliga valmöjligheterna gör det möjligt för ungdomarna att själva välja bloggar efter teman de finner intressant och bevaka samtalsämnen som florerar i samhället vilket vår respondent Chloe bekräftar:

”Jag använder något som heter bloglovin. Då skriver man liksom i vilka bloggar och ämnen man vill läsa om så får man typ som ett meddelande varje gång ett nytt inlägg skrivits.” Chloe, 14

5.2 Gemenskapens betydelse

Frisé & Hwang (2006) talar om hur det ibland är viktigare att känna en grupptillhörighet och gemenskap snarare än att vara intresserad av det egentliga intresset som binder samman en grupp. I det empiriska materialet märker vi tydligt tendenser till detta och paralleller kan dras till vilka bloggar som respondenterna läser.

”Det blir ju att man läser samma bloggar som sina vänner. Vi pratar mycket om vad som skrivs i bloggarna så det är tråkigt om folk pratar om en blogg man inte läser, då

vet man ju inte vad de pratar om liksom.” Angelina, 14

Att få bekräftelse bland andra är ett behov som finns hos människor livet igenom. I vår teoridel skrev vi om Tomas Ziehe (1993) och något som han kallar avtraditionaliseringen. I och med denna avtraditionalisering menar han att det är av stor betydelse för unga i vårt samhälle att få bekräftelse, och då inte minst bland jämnåriga. Enligt Ziehe beror det på att individen skall leva större delen av sitt liv med jämnåriga såsom vänner, klasskompisar och liknande grupper, och inte i samma utsträckning med sin ursprungsfamilj så som det var förr. Enligt våra resultat kan vi tolka att detta är en av anledningarna till varför bloggen fått en så central roll i unga kvinnors liv. Att det på bloggen går att finna en sorts gemenskap, dels till bloggerskan men att det även för en närmare sina vänner då gemensamma samtalsämnen och att smälta in är viktigt för de unga kvinnorna.

5.3 Det kritiska ögat

Det går inte sticka under stol med att Tapscott (1998) är positivt inställd till det nya samhället och allt vad det innebär. Han anser att sociala medier medför mer gott än ont och att det bara för vårt samhälle framåt. När det kommer till unga och internet menar han på att det inte är någon fara för dem att vistas där då de tvingar unga att lära sig bli kritiska till all information denne matas med. Giddens (1999) är dock inte lika övertygad om att ungdomar klarar av att sortera information kritiskt. Författaren påpekar hur synliga förebilder, såsom bland annat bloggare, påverkar individen i dess livsval och skapandet av identitet.

Utifrån våra intervjuer kan vi se mönster kring det Giddens säger, att ungdomar ibland har svårt att sortera information kritiskt. Under en av fokusgruppsintervjuerna kommer diskussionen kring Kissies barnmatsdiet upp på tapeten. En av respondenterna i denna grupp menar på att hon omöjligt kan äta så lite, att det inte går då man behöver mer mat än så för att klara sig.

”Det fattar ju alla att hon bara skriver så. Ingen människa klarar sig på så lite mat, då dör man typ.” Angelina, 14

Här uppstår en tystnad från resterande respondenter i gruppen och efter ett tag säger en av tjejerna lite försynt:

”Fast det fattade inte jag? Att hon skulle ljuga alltså. Eller varför ljuger man om det?” Agnes, 13

Detta är för oss ett tydligt exempel på att långt ifrån alla förstår eller ens reflekterar kring vad som är sant eller inte.

Om människor som befinner sig på internet visar upp en ärlig bild av sig själv är enligt Turkle (1997) svårt att fastställa. Genom våra studier anser vi att detta bekräftas. Att våra respondenter i stort verkar omedvetna om denna möjliga oärlighet kan leda till en förvirring som i Agnes fall. Samtidigt tror vi att en känsla av press och nedstämdhet kan skapas då det är lätt att känna bloggerskornas ”perfekta” liv som något ouppnåeligt vilket kan få negativa konsekvenser hos ungdomar.

Som vi precis skrev var det kritiska ögat något som nästan helt saknades bland våra respondenter. Överlag togs bloggarnas framställning bokstavligen, med undantag från en grupp.

Här gick diskussionen likt följande:

”Nej alltså, det är nog kanske vissa som ljuger ibland, för att driva med folk liksom. Fast det är mest de mindre bloggarna kanske. Jag tror att de större bloggarna är mer seriösa. Kenza ljuger nog aldrig” Angelina, 14

”Ja, de större bloggarna är mest seriösa. Kenza t.ex. behöver inte ljuga för att få många läsare eftersom hon redan har de” Alinde, 13

”Jag tycker att man märker vad som är sanning eller inte. Vad som verkar trovärdigt och så om ni förstår?” Angelina, 14

I denna fokusgrupp finns en medvetenhet om att osanning kan förekomma men trots att våra respondenter tycker sig vara kritiska visar senare svar i intervjun att det kanske inte är fullt så enkelt. I mitten av intervjun diskuteras en annan bloggerska och hennes kropp.

Respondenterna anser att hon har idealkroppen men att hon trots det bara äter massa skräpmat och godis. Återigen ställer vi frågan om hur de vet det och får svaret: ”För att hon skriver det och lägger upp bilder på all pizza hon äter”. Detta bekräftar det Giddens (1999) säger rörande svårigheten kring att vara kritisk i ung ålder.

Man verkar i allmänhet ha en syn på bloggar som autentiska och sanningsenliga. Dunkels refererar till psykologen John Suler och hans syn på svårigheter kring källkritiskt läsande. Han säger att vi har lättare att ta till oss något vi läser eftersom att vi gör det med rösten i vårt huvud vilket i sin tur bidrar till att vi litar mer på texten. Innehållet uppfattas som om det var vi själva som sagt det, vilket gör att vår försvarsmekanism inte går igång och vi har därmed svårt att vara kritiska (Dunkels 2010).

5.4 Bloggförebilder

Willet & Buckingham (2006) belyser vikten av att kunna relatera och hitta en slags förebild som kan ledsaga en genom identitetsskapandet. Kenza är den bloggerska som utan konkurrens är mest populär bland respondenterna. Billy säger såhär:

”Jag gillar Kenza mest för hon känns liksom normal eller vad man skall säga. Som att hon är sig själv och inte försöker spela någon annan. Sen är hon ganska ung också och har massa erfarenheter vilket gör att man blir inspirerad av henne. Hon är liksom som en äldre storsyster som lyckats som man känner och kan se upp till lite, om du fattar?” Billy, 13

Att Kenza är omtyckt för att hon är ”normal” var något många av våra respondenter nämnde. Man kan tolka detta som att det är lätt att relatera och se upp till någon som verkar vara och tänka lite mer som en själv vilket kanske är en av anledningarna till Kennas popularitet. Ryen (2004) skriver, som vi nämnde i metoddelen, om hur viktigt det är att skapa en närhet till sina respondenter i en intervju. Att det är lättare att både öppna upp sig, ta till sig samt påverkas av någon man känner en relatering till och detta anser vi går likna vid en bloggare och hennes läsare. I vårt empiriska material tycker vi oss kunna se att våra respondenter verkar ta till sig mycket av de saker Kenza skriver just för att hon är omtyckt bland dem. De ser upp till henne och tar hennes råd på största allvar.

En annan bloggerska som nämns flitigt under våra intervjuer är Kissie. Hon beskrivs som patetiskt och knäpp och ingen av våra respondenter talar gott om henne. Det är enligt dem ”Ingen annan som skriver så idiotiska grejer...” och de medger att de blir upprörda av det hon publicerar samtidigt som hon på ett oförklarligt sätt intresserar dem.

”Hon är egentligen ointressant och typ plastig om ni förstår. Jag gillar inte hennes liv. Sen är hon ett dåligt föredöme också, med alla hennes operationer och så, plus att hon bara provocerar” Beata, 15

Trots att samtliga av respondenterna verkar hysa agg mot Kissies blogg och att de beskriver den som tråkig, besöker de den ofta. Kanske kan det vara så att denna banbrytande blogg är svår att hålla sig undan då den är så extrem och normbrytande? Om vi ska lyssna till Tapscotts (1998) teorier kring samhällsnormer skriver han att unga flickor sakta men säkert börjar förändra den sociala ordningen i och med internet som arena. Om vi skall anta att dessa teorier stämmer kan det kanske vara så att bloggaren Kissie är just en sådan normbrytande person. Bloggaren skriver öppet, ärligt och provocerande vilket fortfarande är relativt ovanligt men som i och med dess unika stil omedvetet blir mer intressant för respondenterna. Detta kan även styrkas av Giddens (1999) som beskriver ungdomar och hur de i sökandet efter sin egen identitet ständigt kollar in andra livsstilar för att se vilken stil som passar, eller i detta fall kanske inte passar individen.

Vårt empiriska material visar att de tankar Giddens (1999) har kring inverkan från förebilder är en stor underliggande faktor bland våra respondenter. Vi kopplar samman detta kring hur kritiska respondenterna är till sina favoritbloggar vilket kan liknas vid det vi berörde i vårt föregående avsnitt. Vid en diskussion kring Kenza kommer det upp att hon ”äter choklad varje dag”. När vi frågade dem hur det vet det får vi snabbt svaret ”för att hon skriver det i sin blogg” och detta svar är ständigt återkommande när de gör kopplingar till vad de läst.

En annan intressant tanke kring hur stor inverkan en förebild får är när vi visar upp en bild på Kissie i bikini och får vi följande reaktion:

”Åh hon är så äckligt smal så man ser revbenen. Och med så stora bröst! Jag fattar inte varför hon inte bara erkänner att hon redigerar sina bilder för att se smalare ut, man fattar ju det ändå även fast hon säger att hon inte gör det.” Alinde, 13

När det gäller Kenza, en bloggerska de känner en relation och närhet med blir hennes ord automatiskt sanning. När Kissie å andra sidan till och med förnekar ett rykte om bildredigering tror respondenterna ändå att detta skulle vara lögn. De väljer alltså vem det skall tro på snarare än att faktiskt ifrågasätta eller ta reda på fakta och när Beata säger följande bekräftas detta återigen:

”Jag tar inte åt mig så mycket av det Kissie skriver. Fast det är sant, om Kenza hade skrivit ungefär samma sak, att ”nu är det dags att tänka på beach 2012” då hade jag nog lyssnat mer på det för jag gillar ju henne.” Beata, 15

Vår empiri visar att de flesta av våra respondenter ser sina favoritbloggar som vänner likväl som förebilder. De är medvetna om att de egentligen inte känner exempelvis Kenza. De medger ändå att det ibland är svårt för dem att skilja på den virtuella världen och den riktiga, då de får ta del av bloggerskans liv så pass mycket att det ibland känns som en vän. Att respondenterna ser vissa bloggare som vänner kopplar vi till Ziehes (1993) tankar om att

gamla auktoriteter som föräldrar och andra vuxna allt mer försvinner ur ungdomarnas liv. Det framgår tydligt att våra respondenter tar till sig råd och tips från sina bloggfavoriter. Många av våra respondenter ser exempelvis Kenza som en vän och förebild vilket Ziehe enbart ser som positivt då det dagligen hjälper respondenterna i sökandet efter sin identitet.

Bloggen som i detta fall är Kenza kan bli till stor hjälp för respondenten då de vid en osäkerhetssituation kan ta hjälp av sin ”förebild och vän” istället för någon annan vuxen. Det blir således lättare för respondenten att veta hur hon bör hantera osäkerheten som kommer upp i samband med identitetsskapandet (Giddens 1999). Likaså framgår det tydligt att Kenza inspirerar våra respondenter genom den karriär hon skapat. Cecilia förklarar varför hon ser upp till Kenza och tar råd ifrån henne:

”Hon har kommit så långt fast att hon inte är alls gammal. Hon är liksom typ inte ens 20 år men har ändå värsta stora karriären plus att hon tjänar massa pengar. Det känns ju lättare att läsa hennes blogg och få tips om typ jobb och sådant än att fråga mamma och pappa. Dom kan ju bara vanliga sommarjobb, inga roliga. Men hos Kenza kanske man kan få tips på hur man skall kunna göra roliga saker och så...” Cecilia, 14

Det Cecilia säger bekräftar hur bloggaren allt mer tar en vuxens plats när det kommer till tips och råd. Tidigare har frågor likt dessa ställts till en vuxen i närheten medan det nu går att finna samma sorts information på nätet. Även Tapscott (1998) beskriver hur viktigt internet är när det gäller att utveckla ungdomar. Internet är enligt honom ett sätt för ungdomar att förbereda sig för vuxenlivet och bloggläsandet blir i och med det en del av detta. Som Cecilia säger tar hon tips och råd ifrån Kenza då en känsla av gemenskap finns. Hon inspireras av det bloggerskan åstadkommit och börjar i och med det tänka på sin egen framtid och karriär, något som enligt Tapscott enbart är positivt.

Både Tapscott (1998) och Ziehe (1993) ser internet och dess möjligheter ur ett positivt perspektiv, men om vi kopplar vår empiri till teorin om avtraditionaliseringen kan vi även se en hel del negativa följder. Risken blir att vuxna missar att överföra grundläggande värderingar till unga som är bra att ha med sig i livet och under skapandet av identiteten. Om unga mestadels tar råd ifrån bloggar kan det i längden bli problematiskt. Även om respondenterna känner en närhet till Kenza har hon i sin tur ingen aning om vem som läser hennes blogg och kan därför endast ge generella råd och aldrig några personliga direkt till respondenten. Ett tydligt exempel på detta är när vi i slutet på vardera intervju läser upp korta bloggcitrat från de mest besökta bloggarna. Respondenterna får här svara på om de vet vem som skrivit respektive citat och vad de har för funderingar kring det. Samtliga respondenter kände igen och kunde pricka in ett citat som handlar om en bloggerska som äter barnmat då det är oerhört kalorisnålt. Det framgick tydligt att ingen av dem egentligen hade någon koll på om 70 kalorier barnmatsburk var mycket eller lite, men allesammans sa att det är bra att äta lite kalorier om man inte vill bli tjock.

”En barnmatsburk låter lite. Frågan är om man klarar sig på det i längden? Man kanske överlever...” Chloe, 14

Citatet speglar problematiken kring hur ungdomars okunskap inom många viktiga ämnen kan resultera i att de lär sig och tar efter vad de läser i bloggar. Att lära sig grundlig fakta genom föräldrar, lärare eller andra viktiga auktoriteter verkar inte lika aktuellt. Giddens (1999) beskriver hur i princip vem som helst i dagens moderna samhälle kan agera expert. Detta medför att människan har en enorm frihet när det kommer till att välja vilken rådgivare de vill ty sig till. Giddens beskriver vidare att människan till hjälp har en skyddshinna för att kunna

välja sin expert, dock klarar inte alla av denna frihet att välja fritt. Unga kvinnor skulle kunna höra till den grupp som har svårt att välja vem de bör ta råd av eftersom att man i detta stadie i livet kan befinna sig i ett så kallat förvirringstillstånd som innebär en osammanhängande och ofullständig identitet. Frågor som att inte riktigt veta vem man är förekommer ofta i detta stadie (Frisen & Whang 2006). Genom vår studie kan vi tolka att våra respondents relationer till mat handlar om vad man skall äta för att inte bli tjock. När det egentligen borde handla om vad man skall äta för att kroppen och hjärnan skall fungera på bästa sätt. Något som en förälder eller en lärare inom området förmodligen skulle kunna ge en mer vettig bild av.

5.5 Kroppsligt och ytligt

Dagligen matas vi av reklam på allt mer avklädda kroppar som handlar om hur du bör se ut och vara för att passa in. Bloggarna är inget undantag utan snarare tvärtom. De mest populära bloggarna i Sverige idag är så kallade mode/livsstilsbloggar där de flesta inlägg handlar om vad bloggaren har på sig, äter, hur den tränar eller andra skönhets tips. Våra respondenter bekräftar att dessa bloggar intresserar dem mest och Kissie och Kenza som vi skrivit om tidigare är två exempel på bloggar som faller under denna kategori. Att utseende får en allt större roll i samhället och inte minst bland den yngre generationen tycker vi speglas tydligt redan i inledningen av våra intervjuer. När vi ber dem förklara vilka deras favoritbloggar är och varför de tycker bäst om dessa blir samtliga svar utseenderelaterade. ”Kenza är snygg och fin”, ”Kenza har så långa ben”, ”Hon är helt perfekt och klär sig alltid snyggt” är bara några beskrivningar kring varför bloggerskan är populär.

Att respondenterna svarar att ämnen som florerar i bloggar de läser handlar om mode, skönhet, mat och kropp är egentligen inte inget nytt då detta är ämnen som alltid kretsat kring kvinnans mediala framställning. I boken *Tilltalande bilder* av medieforskaren Anja Hirdman (2001) studeras skillnaden mellan hur mannen vs kvinnan framställs i de två tidningarna *Fib* *Aktuellt* och *Veckorevyn*. Studien visar tydligt hur kvinnan framställs genom de yttre och det är sällan som kvinnan får agera i tidningarna genom deras kunnande. Istället ligger fokus på lättklädda bilder om hur man skall se ut. ”Om kvinnor gör någonting i veckotidningen så är det möjligen att raka benen eller applicera någon hudvårdsprodukt på kroppen” (Jarlbro 2006:107). Vi anser att bloggen är ett ypperligt exempel på hur denna bild reproduceras och när Chloe beskriver sin syn på bilder i bloggen bekräftas Hirdmans påstående kring de yttre som framställs bland kvinnorna.

”Jag läser typ aldrig texterna, jag kollar bara bilder för att jag tycker att de är snygga. Oftast känns texterna långa och det tar tid att läsa. Jag läser ju mest bloggar för att få inspiration och så när det gäller kläder och sådant och då behöver man ju inte läsa för att se vad de har på sig, om du fattar?” Cecilia, 14

Tapscott (1998) skriver om hur människan befinner sig på olika stadier i livet där olika saker intresserar dem och får ta mest plats. Bland den yngre generationen handlar det ofta mer om bilder medan du senare i livet intresserar du mer för ämnen och teman. Detta är en teori vi kan hålla med om då vi tycker oss kunna se en viss splittring mellan åldrarna bland våra respondenter och vikten av bilder. Beata som är äldst av våra respondenter bekräftar att hon på senare tid börjat läsa texterna som är relaterade till bloggbilderna men att hon inte gjorde det förut.

”Förut kollade jag nästan enbart på bilder. Vad de hade på sig och massa andra tips om smink och så. Nu läser jag oftare texterna också” Beata, 15

Att bloggen till stor del kantras av utseende har till månt och mycket med dagens samhälle att göra. Att detta berör våra respondenter är inget som går obemärkt förbi. Som vi nämnde i början av detta avsnitt pratar våra respondenter oerhört mycket om hur bloggarna ser ut, vad det visar upp för typ av bilder och hur man på bästa sätt gör för att efterlikna dem i såväl utseende som livsstil. Frisén & Hwang (2006) skriver om hur utseende får en allt mer central roll i den moderna människans liv. Då bilder på perfekta kroppar och felfria ansikten ständigt når oss blir idealen allt viktigare för människan att nå. Det bantas idag mer än någonsin och stora summor pengar läggs på utseende (Frisén & Hwang 2006). Många bloggar bidrar till dagens ideal och vi kan som i exempel vi redan nämnt, läsa om bantningstips och liknande ämnen. Det har blivit allt vanligare att bloggar förespråkar en ohälsosam livsstil och Kissie är en av dem som är flitigast när det kommer till att förespråka bantning. När vi frågar våra respondenter om det är vissa ämnen eller inlägg som upprör dem mer än andra får vi ständigt ett och samma svar: Kissies inlägg om vikthets.

”Jag blir så irriterad när Kissie tar massa bilder på sig själv när hon är på gymmet och typ skriver att hon vill bli smalare för att hon har tjock mage. Och så vet jag liksom att jag har dubbelt så stor mage som henne. Då blir jag typ förbannad och tänker att jag borde väl också träna mer...” Claudia, 15

Vi märker här en stor frustration bland respondenterna när Kissie skriver om hur lite hon äter, och om hur fint det är att vara mager. Trots att de säger att det tycker att hon är löjlig medger de att det är svårt att inte påverkas negativt. Bilden av den perfekta kvinnan som media framställer kan påverka unga tjejer psykiskt. Mastronardi (2003) hävdar att det finns en mängd studier som visar ett starkt samband mellan idealbilder och ätstörningar. Dunkels är inne på samma spår och belyser hur bloggar som förespråkar proana¹⁰ blir allt fler och välbesökta.

Det blir som sagt allt mer viktigt att nå samhällets perfekta ideal och nu för tiden tar man till allt mer extrema åtgärder för att nå perfektionism. Dagligen visas program på TV där människor opererar sig för att se bättre ut och bantningsprogram så som Biggest loser blir allt mer populära (Frisén & Hwang 2006). Bloggare är inte sena med att ta efter och skönhetsingrepp så som att ”spruta läpparna” är idag snarare än regel än ett undantag. Det finns flera inlägg där bloggare beskriver hur de fyllt sina läppar under en lunchrast, eller hur de blekt sina tänder samt hur lyckliga det gör dem. All denna information om hur man så enkelt kan och bör ändra sitt utseende leder till att det blir normaliserat¹¹ och våra respondenter bekräftar att det inte känns som något onormalt att vilja och ändra sitt utseende idag.

”Jag tycker att om man nu är väldigt missnöjd med något i sitt utseende så gör det väl inget om man ändrar det? Så länge man liksom gör det för sig själv och inte för någon annan tycker jag att det är helt ok.” Alinde, 13

¹⁰ Pro-ana är en subkultur som lyfter fram anorexia nervosa som en livsstil istället för ett sjukdomstillstånd. Pro-ana är inte någon enhetlig eller organiserad rörelse, och därför är inte begreppet pro-ana ett väldefinierat begrepp. De som identifierar sig med fenomenet spänner från personer som vill skapa ett forum för anorektiker, till personer som öppet förespråkar anorexi som ett positivt ideal (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Pro-ana>).

¹¹ Normalisering är ett begrepp inom psykologi och sociologi använt för att beskriva hur något är naturligt och normalt trots att det från början inte är en naturlig process. Begreppet kan användas inom t.ex. plastikkirurgin där plastikoperationer framställs som naturligt och näst intill nödvändigt (<http://sv.wikipedia.org/wiki/Normaliseringsprocess>)

Samtidigt erkänner respondenterna att det inte tror att särskilt många faktiskt gör det för sig själv. De menar att skönhetsidealet givetvis påverkar ganska mycket och att de tycker att bloggar är en stor bidragande faktor när det gäller att bilda ideal.

6. Diskussion

I vårt avslutande kapitel kommer en sammanfattning av de resultat vi fått fram under vår studie. Resultatet presenteras och diskuteras i samma följd och med samma rubriker som vår analysdel. Detta för att underlätta för våra läsare. Tankar kring våra teorier och tidigare forskning kommer i slutet av diskussionen och vi kommer även ha med förslag på vidare forskning vi finner intressant.

Syftet med vår uppsats har varit att undersöka hur unga tjejer i åldern 13-15 som läser bloggar tolkar och uppfattar dessa samt hur det påverkar den i sitt identitetskapande. Trots att vår undersökning är liten och inte generaliserbar, anser vi att vi fått en bra bild och ett svar på vår frågeställning. Resultatet var relativt väntat då bloggen enligt oss har lika stor inverkan som media i stort. Att unga tjejer inte skulle påverkas av de bilder och den läsning de matas med i bloggen skulle för oss vara oerhört förvånande.

Vi känner såhär i efterhand att valet av fokusgrupp som intervjuform var helt rätt. Det är en intressant metod när det kommer till att studera en grups genomsyrande åsikt. En nackdel vi reflekterat kring är att de personer som deltar sällan tar upp sådant som ligger utanför gruppens gemensamma uppfattning. Enligt Anne Ryen (2004) skall man under en fokusgruppsintervju ha i åtanke att gruppens gemensamma inställning inte alltid blir den samma som om en intervju sker med vardera person enskilt. Det har visat att djupare känslor kan komma fram vid en enskild intervju i större utsträckning än vid gruppintervjun (Ryen 2004). Reflektioner har därför gjorts kring att fokusgruppen kanske borde följts upp med enskilda intervjuer. Vi hade kunnat fördjupa oss och försäkra oss om att den enskilda respondenten delar åsikten som gruppen delgivit. Likaså hade vi velat genomföra fler fokusgruppsintervjuer för att kunna komma närmare en generalisering. Detta hade dock tagit oss mycket mer tid vilket vi kände saknades. Vi tror oss ändå ha fått en bra helhetsbild genom spontana kommentarer och diskussioner gruppen emellan att resultatet ändå nått en relativt bra mättnad.

Nedan följer en diskussion kring de resultat vi fått fram under studien.

6.1 Tolkning av en blogg

Samtliga av våra respondenter hade en enad bild av vad en blogg är; en elektronisk dagbok som skildrar någons liv. Skillnaden mellan den traditionella dagboken och den elektroniska är enligt dem att den sistnämnda är mindre privat då alla som har tillgång till internet kan ta del av det som skrivs.

De bloggar som våra respondenter väljer att läsa innehåller ämnen som mode, mat, skönhet och träning och de bloggerskor som är populära ligger under dessa kategorier. Under hela vår analysdel har våra respondenter refererat till främst två bloggar de läser flitigt och vi finner två olika svar på varför dessa bloggerskor verkar mest fängslande. Den första bloggen är kissies.se vilket är en blogg som respondenterna föraktar. Denna blogg får dem att inse hur de inte vill vara som personer. Den andra bloggerskan som får stor uppmärksamhet är kenzas.se. Bloggen läses som hjälp för blogggläsaren att komma på hur hon vill vara samt vad hon strävar efter i sitt liv. Detta är alltså en blogg de ser upp till, identifierar sig med och gillar.

Vidare visar studien att den främsta anledningen till varför våra respondenter läser bloggar beror på att de vill förflytta sig mellan olika sociala miljöer. Detta för att kunna använda sig

av en rad olika identifikationer för att slutligen kunna skapa sig en för dem fungerande identitet. Studien visar att en av anledningarna till utforskandet av olika identiteter kan ha att göra med det Ziehe (1993) säger om avtraditionaliseringen som innebär ett relativt stort spelrum för dagens ungdomar i identitetsarbetet.

6.2 Gemenskapens betydelse

Överlag är det viktigt för människan att känna en gemenskap och tillhörighet. Under yngre tonåren är det en extra viktig aspekt och våra respondenter bekräftar detta faktum. Respondenterna betonar hur betydelsefullt det är att läsa samma bloggar som vännerna då man annars lätt hamnar utanför diskussioner och samtalsämnen.

Att jämnåriga får en allt större roll i unga kvinnors liv är något vi anser att våra respondenter verifierar vilket återigen bekräftar det Ziehe (1993) talar om gällande avtraditionaliseringen. Det verkar vara viktigare för respondenterna att ha samma åsikt som sina vänner, snarare än att egentligen stå för sin egen åsikt. Detta kan vi tyda då samtliga respondenter gillar, eller ogillar exakt samma bloggar vilket vi inte ser som ett sammanträffande. Vi gör tolkningen att detta har med bekräftelsebehov att göra. I sökandet efter identiteten blir bekräftelse en viktig del.

6.3 Det kritiska ögat

Vi har konstaterat att ett kritiskt tänkande är problematiskt bland unga kvinnor. Vi får tvetydiga svar där respondenterna först refererar till stora bloggerskor som trovärdiga, medan de i nästa sekund förkastar allt storbloggerskan Kissie skriver. Vår studie har visat att det man väljer att tro på till största del har med relationen till bloggerskan att göra. Det saknas ett kritiskt tänk kring det som deras blogg förebilder publicerar av den enkla anledningen att de gillar dem och litar på dem. De är däremot mer misstänksamma kring bloggerskor med mer extrema åsikter och motiverar det med att de märks vad som är trovärdigt eller ej. Kort och gott, man väljer vem man vill tro på. Utifrån hur våra respondenter resonerar kring kritiskt tänkande anser vi att bloggerskor med största sannolikhet inverkar på unga kvinnor när det kommer till deras identitetsskapande. Det räcker för en bloggerska att skapa ett förtroende gentemot sina läsare för att övertyga och forma dem.

En slutsats vi kan göra är att ett kritiskt tänkande ökar med åldern. De respondenter som funderar mest kring sanningshalten är de som är fyllda 15. Vi anser att det till stor del har att göra med livserfarenhet. De har blivit skolade längre kring samhälleliga ting och vet i högre grad vad som är rimligt eller inte. Genomgående var det de äldre tjejerna som visade ett mer logiskt tänk och kring diskussionen om barnmat visste de mer om kalorier än de yngre.

6.4 Kroppsligt och ytligt

Efter att ha genomfört denna studie kan vi konstatera att ytlighet har en central roll i unga tjejers liv. Varför vissa bloggar läses är ofta i relation till dennes utseende. I analysen framkommer tydligt att det första respondenterna lägger märket till hos en bloggerska är de yttre aspekterna vilket bekräftas då bilderna i bloggen får mest uppmärksamhet. Många av våra respondenter erkänner att de endast ser på bilderna och helt undviker bildtexter. Bilderna kan ibland vara relativt stötande och extremt ytliga vilket får våra respondenter att känna sig underlägsna. De medger att lättklädda bilder på smala tjejer får dem att jämföra sig och känna att de borde ta efter levnadssättet den aktuella bloggerskan har.

Idealen blir allt svårare att nå vilket resulterar i att allt mer drastiska åtgärder tas till. Att göra skönhetsingrepp blir allt vanligare i samhället och likaså bland bloggare. Då information om ingrepp ofta nämns i bloggar leder det till att det blir fullt normalt, något som bekräftas av respondenterna. De menar att så länge man gör det för sin egen skull så ser de inga problem med att ändra sitt utseende.

6.5 Bloggförebilder

Det har framgått att det är av största vikt att under sitt identitetskapande hitta en förebild att relatera till och ta efter. De flesta av våra respondenter känner en stark relation till Kenza och beskriver henne som en storasyster att se upp till. De litar på bloggaren och berättar hur de tar råd från henne. Detta anser vi vara problematiskt då vi märker att respondenterna hellre vänder sig till bloggförebilder än andra auktoriteter i dess närhet. Givetvis finns en positiv aspekt i att ha en förebild som kan peppa och ge inspiration, dock utsätts de unga kvinnorna för en omedveten press om att de måste lyckas. Vi märker en uppgivenhet bland våra respondenter. Samtidigt som de peppas av Kenza och hennes karriär känner de att de aldrig skulle lyckas ändå, då hon har egenskaper de saknar och anser sig aldrig kunna få

6.6 Slutliga reflektioner

Slutligen, har stora bloggar någon inverkan när det kommer till skapandet av unga tjejers identitet? Genom våra resultat anser vi att bloggare har stort inflytande och därmed inverkan på unga tjejer då bloggarna har en så pass central roll i läsarnas vardag. Det har genom våra intervjuer tydligt framgått att en press om hur man bör vara och se ut är en bild bloggar reproducerar oavsett om det är avsiktligt eller inte. Då till och med vi trots vår ålder, kritiskt tänk och kunskap, har lätt att omedvetet ta åt oss av saker som skrivs på de bloggar vi besöker är detta för oss inget förvånande resultat. Likaså har vi tankar kring att utbreddheten kring ätstörningar¹² måste ha en bakomliggande faktor och vi tror att media i stort, med bloggar i spetsen, har ett finger med i spelet. Utifrån våra resultat menar vi att det är av yttersta vikt för de största bloggarna, och i synnerhet vår uppdragsgivare Tyra Sjöstedt, att ta till sig denna information och vara medvetna om att det som publiceras i de flesta fall tolkas som sanning. Är det etiskt korrekt som bloggare med flera hundratusen läsare publicera stötande inlägg som unga människor kan må dåligt eller påverkas negativt av?

För att återkoppla till våra teoretiker Anthony Giddens (1999, 2003) och Thomas Ziehe (1993) känner vi att deras resonemang kring ungdomar och identitetskapande till månt och mycket stämmer. Utifrån våra resultat bekräftas många av deras tankar kring hur ungdomar omedvetet påverkas negativt av all information som finns i vårt nya samhälle. Givetvis ser de inte allt som svart och destruktivt men det belyser vikten av att stanna upp och tänka kring inverkan dessa offentliga sidor kan få. Detta håller vi med om i allra högsta grad. Det är idag inte lätt att vara ung tjej och att ständigt matas med bilder på en perfekt verklighet är påfrestande. Att familjen blir allt ”mindre viktig” så som Ziehe beskriver det tycker vi stämmer till viss del, då som vi skrev ovan, märkt en tydlig tendens till att vikten av gemenskap bland vänner vissa gånger står högre än viktiga auktoriteter i dess närhet.

¹² <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=112&artikel=1699849>

6.7 Förslag kring vidare forskning

Vi har tankar kring att det skiljer sig kring killar och tjejers identitetskapande. Vi hade därför sett det som ytterst intressant att forska vidare kring hur en liknande studie hade resulterat om den gjorts på killar i samma ålder. Hade deras identitetskapande påverkats lika mycket och hade samma ännen intresserat dem?

Med tanke på resultatet i vår studie hade vi också tyckt det varit intressant att göra en studie på bloggskribenterna för att se om de är beredda att ändra innehåll som påverkar unga negativt.

REFERENSER

Litteratur

Bates, E.M. (2010). *Public relations via new media: influence of blog postings and comments on organizational perception*. Dissertation Texas Tech University

Buckingham, David & Willett, Rebekah (red.) (2006). *Digital generations: children, young people, and new media*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Castells, M. (2002). *Internetgalaxen - Reflektioner om Internet, ekonomi och samhälle*. Daidalos.

Cook, N. (2008). *Enterprise 2.0 - How software will change the future of work*. Aldershot: Gover Publishing Ltd.

Cornfield, Michael; Carson, Jonathan; Kalis, Alison & Simon, Emily (2005) *BUZZ, BLOGS, AND BEYOND: The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004*

Dunkels, Elza (2010). *Vad gör unga på nätet?* 1. uppl. Malmö: Gleerup

Ekström, Mats och Larsson, Larsåke (2010) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Erikson, E. H. & Erikson, J. M. (2004) *Den fullbordade livscykeln*. 3. utg. Stockholm: Natur och kultur.

Fornäs, Johan, Lindberg, Ulf & Sernhede, Ove (red.) (1994). *Ungdomskultur: identitet och motstånd: en antologi*. [Ny utg.] Stockholm: B. Östlings bokförl. Symposion

Frisén, A. (2006) *"Kropp, utseende och sexualitet"*. I Ann Frisé & Philip Hwang (red.): *Ungdomar och identitet*. Stockholm: Natur och Kultur.

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

Giddens, Anthony & Birdsall, Karen (2003). *Sociologi*. 3., omarb. uppl. Lund: Studentlitteratur

Hadenius, S., Weibull, L. & Wadbring, I. (2008) *Massmedier. Press, radio och tv i den digitala tidsåldern* (9:e upplagan), Stockholm: Ekerlids.

Jacobsen D. I. (2002). *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Lund: Studentlitteratur.

Jarlbro, Gunilla (2006). *Medier, genus och makt*. Lund: Studentlitteratur

Karlsson, M. (2008). *Internet, den ökade publiceringshastigheten och de förändrade villkoren för kriskommunikation*. Sundsvall : Demokratiinstitutet.

- Kvale, Steinar (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund Studentlitteratur
- Mastronardi, M. (2003) "ADOLESCENCE AND MEDIA" *Journal of Language & Social Psychology*
- McRobbie, Angela (1980/1984): "En feministisk kritik av subkulturforskningen", i Johan Fornäs, Ulf Lindberg & Ove Sernhede (red): *Ungdomskultur: Identitet och motstånd*, Stockholm: Akademilitteratur.
- McRobbie, Angela & Garber, Jenny (2005). *Girls and subcultures [1977]. The subcultures reader*
- Merriam, Sharan B (1994): *Fallstudien som forskningsmetod*. Lund: Studentlitteratur
- Patel, Runa & Davidson, Bo (2003). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. 3., [uppdaterade] uppl. Lund: Studentlitteratur
- Nygren, Gunnar & Carlsson, Anita (2008). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur
- Rosengren, Karl Erik & Arvidson, Peter (2002). *Sociologisk metodik*. 5., [omarb. och utök.] uppl. Malmö: Liber
- Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju: från vetenskapsteori till fältstudier*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi.
- Sveningsson Elm, Malin (2009) *Unga, stil och nätet*. I: Lindgren, Simon (red.) *Ungdomskulturer*. Malmö: Gleerups.
- Stakston, Brit (2010), *Politik 2.0 – Konsten att använda sociala medier*, Beijbom Books, Göteborg.
- Starrin, B & Svensson, P-G (1994) *Kvalitativ metod och vetenskapsteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Tapscott, Don (1998). *Growing up digital: the rise of the Net generation*. London: McGraw-Hill
- Thompson, John B. (2001). *Medierna och moderniteten*. Uddevalla: Daidalos.
- Turkle, Sherry (1997). *Leva online*. Stockholm: Norstedt
- Wärneryd B. (1990). *Att fråga, om frågekonstruktion vid intervjuundersökningar och postenkäter*. Stockholm: Statistiska Centralbyrån.
- Ziehe, T (1993) *Kulturanalyser - ungdom, utbildning, modernitet: essäer*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposium.
- Østbye, Helge (2004). *Metodbok för medievetenskap*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi

Elektroniska källor

Hämtad 20 juni, 2012

<http://www.bloggportalen.se/BlogPortal/view/TopLists?tl=1>

Hämtad 9 april, 2012

<http://blondinbella.se/2012/01/29/bahamas/>

Hämtad 22 april, 2012

<http://hem.passagen.se/bergvik/soc/frit.html>

Hämtad 20 april, 2012

<http://www.internetstatistik.se/artiklar/nastan-en-femtedel-av-internetanvandarna-laser-bloggar-en-genomsnittlig-dag/>).

World Internet Institute (2009) Svenskarna och Internet 2010.

Hämtad 22 maj, 2012

http://www.iis.se/docs/SOI2010_web_v1.pdf

Hämtad 23 maj, 2012

<http://jls.sagepub.com/content/22/1/83.abstract> Adolescence and media (2003)

Hämtat 11 april, 2012

<http://kenzas.se/>

Hämtat 11 april, 2012

<http://www.kissies.se/>

Hämtad 11 april, 2012

<http://www.kissies.se/hmm-ata-barnmat-som-diet>

Hämtad 3 maj, 2012

<http://www.lararnasnyheter.se/slojdforum/2011/05/11/vill-utmana-ungas-varldar>

Claesdotter, A Vill utmana ungas världar. (2011)

Hämtad 15 maj, 2012

http://michelemiller.blogs.com/marketing_to_women/files/buzz_blogs_beyond.pdf

Cornfield, Michael : The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004

Hämtad 25 april, 2012

<http://www.ne.se/lang/gatekeeper>

Hämtad 12 april 2012

<http://www.paow.se/mina-nya-lappar>

Hämtad 22 maj, 2012

<http://www.regeringen.se/sb/d/8616/a/94988>

Hämtad 19 juni, 2012

<http://www.statensmedierad.se/Kunskap/Ungar--Medier/Medievanorna-bland-barn-och-unga->

forändras/Medievanorna bland barn och unga förändras - Statens medieråd
www.statensmedierad.se
Skriven 2011 01 01

Hämtat 22 maj, 2012
<http://skolverket.se/>

Hämtad 20 juni, 2012
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Hämtat 15 maj, 2012
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Globalisering>

Hämtad 20 juni, 2012
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Hämtad 15 maj, 2012
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Subkultur>

Hämtad 20 juni, 2012
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Hämtad 5 maj, 2012
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Normaliseringsprocess>

Hämtad 5 maj, 2012
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Pro-ana>

Hämtat 28 maj, 2012
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=112&artikel=1699849>

Hämtat 5 maj, 2012
<http://Tyras.se>

Hämtad 10 april, 2012
<http://werun.se/desireenilsson/2012/04/01/nej-nu-ska-jag-sluta-ata/>

Bilaga 1

Intervjuguide

Vi valde att inte ge våra respondenter särskilt mycket information innan intervjun. Det enda de visste om var att den kom att behandla bloggar de läser. Anledningen till varför vi inte ville ge dem för mycket inblick kring våra frågor var främst på grund av att vi intervjuade kompisgäng i unga åldrar. Vi ville inte att de på förhand skulle påverka varandra genom att dela åsikter och tankar. Risker hade då blivit att en sämre diskussion först under den aktuella intervjun och respondenterna hade kanske i större utsträckning gett liknande svar. Det hade varit svårare för oss att kunna läsa mellan raderna på vad som sagt, samtidigt som att spontana reaktioner på varandras svar hade uteblivit (Östbye 2004).

Intervjufrågor

Hur gammal är du?

Vilken klass går du i?

Var bor ni?

Hur många timmar per dag sitter du vid din dator/iphone?

Vad är en blogg för dig?

- Hur gammal var du när du läste din första blogg? Hur hittade du den?
- Hur mycket av den tiden är du inne på bloggar?

Vilka bloggar läser du?

- Har ni någon favoritblogg? Vem/Varför? Vad är det för slags blogg? Hur skulle du beskriva den? Vad gör den till din favoritblogg?
- Hur kommer det sig att du hittade dessa bloggar?
- Är det alltid samma bloggar du är inne på?
I så fall, vad är det som gör att du fortsätter att läsa en och samma blogg?
- Lämnar du några kommentarer ibland? I så fall, vad skriver du oftast?

Är det många i er ålder som läser bloggar?

- Pratar ni om bloggare och vad ni läst med varandra, när ni umgås? Vad brukar ni i så fall prata om? Det som skrivs? Bilder? Va de gjort? Hur de ser ut? Va de har på sig? Hur de bor?

Finns det något speciellt blogginlägg som du minns extra väl?

- Något någon bloggare gjort, sagt, skrivit, haft på sig? I så fall, vad handlade inlägget om?

Hur gamla är personerna som skriver de bloggar du läser mest?

Finns det något i vissa bloggar som du tycker mindre om? Vad i så fall?

- Är något i bloggar som du tycker mer om? Vad i så fall?

Har det hänt att du någon gång köpt en produkt som en bloggare skrivit om. Ex kläder?

I så fall, är detta något du och dina kompisar pratar om? Att du sett plagget i en speciell blogg eller liknande?

Känner du att någon blogg hjälpt dig någon gång? Om du varit glad? Ledsen? Lämna kommentar och fått svar?

- Vad gör dig glad i en blogg? Ledsen?

Hur mycket av det som skrivs i bloggarna tror du är sant? Vad är i så fall sant, eller falskt? Hur vet du det?

Känns personen som skriver bloggen som någon du känner? På vilket sätt?

Händer det att ni pratar om bloggar med era föräldrar? I så fall avd pratar ni om?

- Har era föräldrar någon åsikt om att ni läser bloggar? Vad tycker dem?

Hur tjänar de sina pengar? Vem betalar för allt de gör och alla kläder de får? Tjänar de pengar på bloggen? Från vilka?

Bilaga 2

Bildrelatering

Mina nya läppar!

”Just det, jag gjorde ju läpparna för typ två veckor sedan. Och inte ser jag väl speciellt annorlunda ut? Mina läppar blev bara lite ”plutigare” eftersom att dom var rätt platta innan. Gjorde dom på Adam & Eva-kliniken och jag är riktigt nöjd. Kommer att göra dom igen när det nya gått ut så att jag ”behåller plutet”.. Fint va ?”

<http://www.paow.se/mina-nya-lappar>



”Barnmatsburk = ca 70 kalorier.

Hmm.. Någoting jag kanske ska börja med, från och med imorgon! För batningspillerna jag går på nu gör så man blir mätt av typ minst lilla, så jag funderar hela tiden över ”vad har minst kalorier”..? Behöver ju inte oroa mig så mycket över hur ”mättande” det är för det gör ju pillerna åt mig! Skönt..

Som idag har jag ätit som vanligt en knäckemacka till frukost med skinka + tomat (+ salt, lite smör) och nu en halv sallad. Ingen dressing eller så, så himla onödigt. Fast synd!! För det är ju så himla gott Buhuuu...”

<http://www.kissies.se/hmm-ata-barnmat-som-diet>



<http://blondinbella.se/2012/01/29/bahamas/>



Nu ska ja sluta äta

En skvallerblogg kallade mig att jag ser uppblåst ut.. Dvs jag tar det typ som tjock.. Jag känner mig förolämpad.. Nu ska jag sluta äta. Så blir jag för smal!

<http://werun.se/desireenilsson/2012/04/01/nej-nu-ska-jag-sluta-ata/>



Bilaga 3

Informationsbrev till målsman

Vi söker dig som läser kända bloggar!

Just nu är vi tre stycken från medie-och kommunikationsprogrammet vid Göteborgs universitet som håller på och skriver vår C-uppsats. Vi söker nu efter tjejer i åldern 12-15 år som vi genom en intervju vill ställa frågor kring vilken relation personen har till kända bloggar. Intervjun kommer att ske genom en så kallad fokusgrupp som innebär att man sitter i en grupp bestående av tre-fyra kompisar och diskuterar ämnet tillsammans med en utav oss. Intervjun kommer att ta mellan 30-60 minuter och kan ske på en valfri plats där personerna ifråga känner sig bekväma. Deltagandet är naturligtvis helt frivilligt och man svarar när man vill och känner för det. Känner du att du vill lämna under intervjuens gång får du självklart göra det med. Samtliga deltagare kommer att avidentifieras när vi bearbetar vårt material.

Frågor som kommer att diskuteras är varför deltagarna fastnar vid vissa bloggar, hur deltagarna uppfattar den text som de läser i kända bloggar samt vilken inverkan innehållet har på tjejerna.

Jag ger härmed min tillåtelse för:

Namn: _____ att delta i intervjun

Målsmans underskrift:

_____ Datum: _____

Med vänliga hälsningar
Andréa Hacker
Martina Hacker
Felicia Spenner