

Oda Marlene Kviteberg Gomnes

## **Et oppgjør med kroppspresset**

En kvalitativ studie av bloggeres oppfatning av sin egen rolle og deres makt til å nyansere kroppspress

Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi  
Trondheim, juni 2016

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse  
Institutt for sosiologi og statsvitenskap

# Forord

Da er jeg omsider ved veis ende med min masteroppgave, og starter på ny frisk med en mastergrad i lomma på min egen 26 års-dag! Det er utrolig hvor raskt, men også kort, sosialt, men allikevel asosialt dette siste halvåret av mastergraden har vært. Det har vært en lang og utfordrende prosess, som viste seg å være mer krevende enn jeg kunne sett for meg. Ikke bare har jeg produsert mengder med tekst, men aldri før har jeg vært så avhengig av å stole på min egen dømmekraft og på samme tid betvilt den så mye.

Det er med tungt hjerte jeg forlater Trondheim og tidenes MKI-klasse. Jeg kommer til å savne alle timene jeg har tilbragt på lesesalen med dere, og alle de morsomme samtalene, latterkulene, festene, middagene og spillekveldene vi har hatt sammen. Dere er en utrolig flott og rar gjeng, som jeg kommer til å savne utrolig masse. Derfor vil jeg takke MKI- klassen for en fantastisk flott og intenst tid sammen – måtte vi alle få drømmejobben.

Når jeg har betvilt min egen dømmekraft som verst, har min veileder Arve Hjelseth kommet meg til unnsetning. Takk for din tålmodighet og gode råd underveis, og ikke minst for din kompetanse. Studien ville heller ikke latt seg gjennomføre hadde det ikke vært for mine seks sporty informanter som tok seg tid til å dele sine tanker og refleksjoner.

Aldri før har jeg ringt så mye hjem som i løpet av de siste månedene av studietiden, og satt like stor pris på helgeturene hjemme. Takk til mamma og pappa for all støtten dere har vist meg underveis studietiden. En spesiell takk til mamma for dine gode råd, nysgjerrighet, engasjement og ikke minst din erfaring innen veiledning og coaching – det har kommet godt med i en rådvill periode. Og takk til verdens roligste mann, pappa, som alltid lar meg få lade batteriene på helgebesøk.

Takk for meg!

Oda Marlene Kviteberg Gomnes  
Trondheim, Juni 2016



<b>1 INNLEDNING</b>	<b>1</b>
1.1 INTRODUKSJON	1
1.1.2 MEDIAS PÅVIRKNING PÅ KROPPSBILDE	1
1.1.3 BAKGRUNN	2
1.1.4 ET FELT I BEVEGELSE	2
1.1.5 PROBLEMSTILLINGER	3
1.1.6 OPPGAVENS STRUKTUR	4
<b>2 TEORETISK RAMMEVERK</b>	<b>7</b>
2.1 BEGREPSAVKLARINGER	7
2.2 HVA ER BLOGG?	8
2.3 DET SOSIALE ASPEKTET "Å BLOGGE"	9
2.4 BLOGGEN SOM EN PLATTFORM FOR NETTVERKSBYGGING OG SELVUTFOLDELSE	9
2.5 IDENTITET, NORMER OG INNTRYKKSSTYRING	11
2.5.1 IDENTITETSDANNING, SOSIALISERING OG FIKTIVT PRESS	11
2.5.2 REFERANSEGRUPPER	12
2.5.3 PÅVIRKNING OG KONFORMITET	13
2.5.4 NORMSENDERE OG NORMATIV PÅVIRKNING	14
2.5.5 INNTRYKKSSTYRING OG FASADE	16
2.6 MAKT	17
2.6.1 MAKTEN TIL Å PÅVIRKE	17
2.6.2 BLOGGERES DEFINISJONSMAKT	18
2.6.3 BLOGGERES DAGSORDENMAKT	18
2.6.4 TOSTEGSHYPOTHESEN	20
<b>3 METODE</b>	<b>23</b>
3.1 VALG AV METODE	23
3.2 INNSAMLING AV DATA	24
3.2.1 UTVALG AV INFORMANTER - DYBDEINTERVJU	24
3.2.2 INTERVJUGUIDE	26
3.2.3 GJENNOMFØRING AV DYBDEINTERVJU	27
3.3 REFLEKSJONER RUNDT FORSKERROLLEN OG ETISKE HENSYN	29
3.4 BEARBEIDING OG TOLKNING AV DATA	31
3.5 KVALITETSVURDERING	32
3.5.1 RELIABILITET	32
3.5.2 VALIDITET	34
3.5.3 GENERALISERBARHET	35
<b>4 BLOGGERES OPPFATNING AV EGEN ROLLE</b>	<b>37</b>
4.1 REFERANSEPERSONER	37
4.2 OPINIONSLEDERE	39
4.3 Å FREMSTÅ SOM AUTENTISK	40
4.4 Å SKAPE EN Plass FOR REFLEKSJONER OG SELVUTFOLDELSE	42
4.5 OPPSUMMERING	44

<b>5 BLOGGERES PÅVIRKNING OG MAKT</b>	<b>45</b>
5.1 BLOGGERES PÅVIRKNINGSKRAFT	45
5.2 NÅR BEUNDRING GJØR BLIND – FRYKT FOR Å SKAPE KONFORMITETSPRESS	47
5.3 BLOGGERES DAGSORDENFUNKSJON	48
5.4 BLOGGERES SELVREPRESENTASJON – «NATURLIG» PERFEKSJON	51
5.5 NORMATIV PÅVIRKNING	54
5.6 MEDIENE SKAPER UKLARE NORMER	57
5.7 ET PARADOKSALT KROPPSFOKUS	60
5.8 OPPSUMMERING	65
<b>6. KONKLUSJON</b>	<b>67</b>
6.1 HOVEDFUNN	67
6.2 VIDERE FORSKNING	70
TABELLER OG FIGURER	71
VEDLEGG	72
VEDLEGG 1- INFORMASJONSSKRIV PÅ FACEBOOK	73
VEDLEGG 2- INFORMASJONSSKRIV TIL INFORMANTER	74
VEDLEGG 3- INTERVJUGUIDE	75
VEDLEGG 4 - MELDESKJEMA	78
REFERANSER	79

# 1 Innledning

---

## 1.1 Introduksjon

Jeg skal i denne masteroppgaven undersøke bloggeres oppfatning av sin egen rolle, og prøve å gi innblikk i hvordan og hvorvidt de fremstår som normsendere med makt til å nyansere dagens kroppspress. Nyere studier gjort av TNS gallup viser at nærmere 200 000 nordmenn over 14 år i dag har en egen blogg (NRK, 2016). Med så mange aktive bloggere med sine blogglesere, er det ikke rart at deres potensielle makt til å påvirke blir diskutert. Spesielt gjelder dette unge som er i en alder der de skal skape seg en identitet og et selvbilde. Makten en blogger har kan nemlig endre lesers selvbilde og er mer kompleks enn motebransjens påvirkningskraft, skriver Aftenposten (Uglum, 2013). Med dette som et utgangspunkt er det kanskje ikke så rart at bloggere får mye oppmerksomhet når fenomenet kroppspress settes på agendaen?

### 1.1.2 Medias påvirkning på kroppsbilde

Tendensen når temaer som kroppspress og skjønnhetshysteri diskuteres, er at nettopp ytre forhold får skylden (Bø, 2006). Selv om bloggere står sentralt i denne debatten, er blogg et relativt nytt fenomen, og det finnes hittil lite forskning om hvordan bloggere påvirker ungdommers kroppsbilde og selvoppfatning. Det er imidlertid gjort mange studier av hvordan *andre* medier påvirker vårt eget kroppsbilde, og hvordan man utvikler seg i sammenheng med sosiokulturelle faktorer, som eksempelvis urealistiske bilder i TV og magasiner (Clay, Vignoles og Dittmar, 2005). En studie viser for eksempel at gjennomsnittskvinnen vurderte sin egen kropp mer negativ etter å ha blitt eksponert for tynne modeller, enn når de ble eksponert for andre typer bilder (Groesz, Levine og Murnen, 2002). En annen studie av jenter i alderen 11-16, viser at eksperimentell eksponering for enten ultra-tynne eller vanlige modeller i motemagasiner senket deres tilfredshet med egen kropp, og dermed deres selvtillit (Clay et al., 2005). Det er dokumentert at kvinner i den vestlige verden blir stigmatisert for ikke å være slanke, og at man derfor internaliserer et ønske om å være slank. Dette er mye av grunnen til at også flere enn før som er misfornøyd med egen kropp og vekt. Det antydes at vi er så vant til å se vår kropp fra utsiden, at det forårsaker vrangforestillinger av kroppsbildet som noe objektivt og overvåket for feil. TV og andre medier er såpass innflytelsesrike at de

i stor grad er med på å skape oppfatninger av hva som er den rette kroppsstørrelsen. I dette tilfellet er det antatt at medier, gjennom en konsekvent skildring av et tynt ideal, får kvinner til å tro at dette idealet er normen for hva man skal forvente av kvinners attraktivitet (Grogan og Wainwright, 1996). Som et resultat av medias skjeve fremstilling av kvinnekroppen, skapes det et ideal som ligger utenfor rekkevidde for de fleste, og det kan i virkeligheten føre til redusert tilfredshet med egen kropp (Dittmar, 2009). Nyere forskning på dette feltet har vist at sammenligning med andre kan være viktig for å hankses med de bivirkninger media har på kvinnekroppens tilfredshet (Clay et al., 2005), og det er blant utgangspunktene for denne oppgaven.

### 1.1.3 Bakgrunn

Som Bø (2006) påpeker, er det viktig at man klarer å bygge opp egne normsett og internalisere dem for å bygge dem sterkere. Dette har trigget min interesse for å skrive denne oppgaven. Tidligere forskning viser i stor grad at media kan ha en negativ påvirkning på vårt selvbilde og tilfredshet med egen kropp, men som Clay et al. (2005) påpeker, kan sammenligning med andre være en viktig brikke for å bedre selvbildet. Som Dittmar og Howard (2004) legger til, kan man føle en form for tilfredshet med eget selvbilde gjennom eksponering for mer normale kropper. Med utgangspunkt i dette, og motsetning til annen forskning på feltet, er jeg mer opptatt av å undersøke om bloggere kan bidra til å internalisere et mer virkelighetsnært kroppsbilde hos andre, og videre endre normer for hva som er en normal kropp. I motsetning til tidligere forskning som tar for seg hvordan media kan bidra til å skape kroppspress, vil denne studien undersøke hvordan bloggere kan ha makt til å nyansere det.

### 1.1.4 Et felt i bevegelse

Selv om bloggere, på lik linje med andre medier, har fått kritikk for å skape kroppspress, viser blogger Hedda Ingeborgvik gjennom et blogginnlegg at hun i dag har sett seg lei av å få skylden for presset på dagens ungdom. Likevel mener hun også at bloggere kan bruke sin sunne fornuft og ansvarsbevissthet når de er et forbilde for andre. Dette uttrykker hun i sitt innlegg *The Perfect facade*.

[...] Hvorfor skal én person måtte ta på seg ansvaret for alle andre, hvis disse personene ikke engang greier å ta ansvar for seg selv? [...] Det er ingen nedskrevne lover som sier noe om hva man kan skrive/ikke kan skrive, men det er her sunn fornuft og ansvarsbevissthet kommer inn i bildet. Jeg vet selv at jeg har en stor påvirkningskraft, og at mange yngre jenter ser opp til meg. Man kan faktisk la være å skrive enkelte ting, dersom man greier å tenke seg til at dette helt ufrivillig kan legge et enormt negativt press på de som leser det. (Ingeborgvik, 2013)

I løpet av det siste året har man sett en økning i bloggere som tar et oppgjør med et unormalt kroppsideal, og man kan se tendenser til en trend hvor bloggere velger å vise seg ”bak fasaden”. I 2015 kunne man for eksempel lese saker som ”Blondinbella hylles for innlegg om kroppen etter fødsel” (Karlsen, 2015), eller om blogger Kristin Gjelsvik som fikk positive og rørende kommentarer etter å ha vist kroppen sin som den er, med de valker og cellulitter som følger med og hæshtagget deretter bildet med #myrealbody (Sletten, 2015) og selvsagt Sophie Elise som er å finne usminket på forsiden av maiutgaven av magasinet DetNye (VG-TV, 2016). Sosiologen Berit Skog referert i Sletten (2015), tror at det er en trend med flere ”bak fasaden”- innlegg og mer samfunnsengasjement. Hun påpeker at også flere bloggere har gått mer bort fra den ”perfekte kroppen”. *”Det er en måte å justere imaget sitt på. Et sterkt fokus på kropp, klær og mote har også sin levetid og leserne kan gå lei. Dette appellerer til unge på en annen måte, sier hun”*.

Det er denne trenden som har trigget min nysgjerrighet som bloggleser, og jeg har stilt meg selv spørsmålet: Hvordan oppfatter bloggere egentlig sin egen rolle som blogger? Kan man som blogger bidra til å endre de sosiale normene for hva som er en normal kropp? Og hvis trenden som blogger er å vise seg mer av seg selv bak fasaden, opplever de da å ha en makt til å nyansere dagens kroppspress? Disse spørsmålene har dannet bakgrunn for denne oppgavens problemstillinger.

### 1.1.5 Problemstillinger

Formålet med denne studien er å gi innblikk i bloggeres oppfatning av sin egen rolle, på hvilke måte bloggere kan endre sosiale normer og om de opplever å ha makt til å nyansere dagens kroppspress. Det må presiseres at denne oppgaven tar utgangspunkt i bloggernes egne oppfatninger, samt at funnene er basert på informantenes oppfatning av sin makt og sin rolle som blogger og normsender. Jeg kan ikke med utgangspunkt i min undersøkelse si noe om hvorvidt og hvordan bloggere faktisk påvirker leserne, men jeg kan si noe om hvordan de oppfatter sin egen rolle. Med utgangspunkt i dette har jeg formulert to problemstillinger:



*1) Hvordan oppfatter bloggere sin egen rolle?*

Formålet er å gi bedre innsikt i bloggeres rolle, samt en dypere forståelse av problematiske sider knyttet til en selv som en privatperson bak bloggen. I tillegg tas det sikte på å undersøke hvordan det sosiale aspektet ”å blogge” spiller inn for bloggeren selv og sine blogglesere.

*2) På hvilken måte fremstår bloggere som normsedere? Og på hvilken måte kan de bruke sin makt til å nyansere kroppspress?*

Med denne problemstillingen vil jeg undersøke bloggeres makt til å påvirke andres holdninger og atferd og hvordan de, med sin makt, kan endre sosiale normer knyttet til forståelsen av kroppen.

#### **1.1.6 Oppgavens struktur**

Innledningsvis i kapittel 1, har jeg introdusert formålet med oppgaven, og presentert et kort utdrag av tidligere forskning på feltet. Med tidligere forskning som et utgangspunkt, presenterer jeg videre bakgrunnen for denne oppgaven og temaets dagsaktualitet. Avslutningsvis i innledningskapittelet presenteres oppgavens problemstillinger.

I kapittel 2 presenteres oppgavens teoretiske rammeverk. Som en innledning i teorien, presenteres bloggen som et medium i samfunnet i dag. Her gjøres det rede for bloggens betydning som et sosialt medium og dens betydning for nettverksbygging og selvutfoldelse, identitetsdanning og sosialisering. Konformitetspress, påvirkning og normer blir presentert for å belyse hvordan man som blogger påvirker andre gjennom å opptre som normsedere, og går videre inn på hvordan konformitetspress kan oppstå gjennom sosialisering og sammenligning med andre. Videre presenteres Goffman og hans begrep om selvrepresentasjon knyttet til bloggeres egen selvrepresentasjon på blogg. Kapittelet går nærmere inn på bloggerens kontroll over hva som avløres, redigeres og skjules overfor bloggleser. Avslutningsvis presenteres teorier om makt og påvirkning, som knyttes opp til bloggernes makt til å nyansere dagens kroppspress.

Kapittel 3 omhandler studiens metodiske tilnærming, og det er her forskningsprosessen presenteres. Her gjøres det rede for valg av dybdeintervju som forskningsmetode, valg av utvalg, samt rekruttering av informanter. Kapitlet gir også en gjennomgang av gjennomføringen av intervjuene, min rolle som forsker i prosessen og bearbeiding- og tolkning av data. Avslutningsvis vurderes studiens kvalitet knyttet til pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet.

Kapittel 4 og 5 presenterer oppgavens analysedeler hvor studiens funn presenteres og empiri diskuteres i lys av teori. Kapittel 4 gir en dypere forståelse av bloggernes oppfatning av sin egen rolle, innsikt i problematiske sider knyttet til seg selv som en privatperson bak bloggen, samt hvilken rolle det sosiale aspektet ”å blogge” spiller for bloggeren selv og sine blogglesere. Kapittel 5 analyserer bloggernes makt til å påvirke andres holdninger og atferd og gir en forståelse av hvordan de, med sin makt, kan nyansere kroppspress.



## 2 Teoretisk rammeverk

---

### 2.1 Begrepsavklaringer

#### *Kroppspress*

Levine og Harrison (2004) referert i Dittmar (2009), påpeker at kroppspress er det som oppstår gjennom ulike fremstillinger og oppleves for å være utenfor rekkevidde for de fleste, og igjen fører til redusert tilfredshet med egen kropp. Professor i filosofi ved Universitetet i Oslo, Arne Johan Vetlesen, referert til i Nilsen (2014) påpeker at det er andres syn på sin egen kropp som teller, og det blir det man ønsker å leve opp til. Man føler et press på å leve opp til det man tror andre forventer. Gjennomgående i oppgaven refereres det til begrepet kroppspress, men som det kommer frem fra informantene underveis, brukes begrepet som et fellesbegrep på et skjønnhetsideal. Det omfavner mer enn bare en standard for kropp, men også som et press på å ha et vakkert utseende.

#### *Nyansering*

Begrepet nyansere er sentralt i oppgavens problemstilling, der formålet er å undersøke om bloggere har makt til å nyansere kroppspress. Nyansere betyr å bringe frem flere synsvinkler (Nyansere, 2016), og begrepet brukes om noe som ikke er helt svart/hvitt. I denne studien brukes nyansere som et begrep for hvordan bloggere kan bruke sin makt til å inkludere flere meninger, syn og aspekter på fenomenet kroppspress for å vise at begrepet ikke er konstant, men et selvskapt fenomen. Bloggeres evne til å nyansere kroppspress i denne oppgaven går på deres makt til å sette temaet kroppspress på agendaen, og hvordan de kan legge til rette for åpenhet omkring temaet gjennom diskusjoner om hva som egentlig er normalt. Det handler om hvordan bloggere som normsendere kan legge føringer for en ny fellesforståelse av normen om kropp som står mer i stil med virkeligheten, og det handler om deres makt til å granske medias ytringer gjennom å ta et oppgjør med vrangforestillinger og forvirring. Nyansere handler også i stor grad om det ambivalente forholdet mellom hvorvidt kroppspress er noe som kan reduseres og forsvinne, der begrepet kroppsideal har eksistert i mange år og vil eksistere i mange flere. Spørsmålet er hvorvidt bloggere kan legge føringer for å endre de sosiale normene om kropp.

### *Normsendere*

Normer kan forstås som en væremåte av verdier der et ”å være” eller å ”ikke være” er et av de viktigste fundamentene i et samfunn (Bø, 2006). Når man er usikker på hva som er rett eller galt på et sosialt, kulturelt og verdimeslig plan, kan man speile seg i andre for å finne den riktige måten å oppføre seg på eller se ut (Bø, 2006). I denne oppgaven blir bloggere ansett for å være normsendere, der de gjennom en medieplattform bidrar med opplysning, inspirasjon og diskusjon. Hvordan bloggeren selv blir et punkt for sammenligning og bidrar med tips og råd på en måte som er med på å sette normer for hvordan man skal se ut og oppføre seg.

## 2.2 Hva er blogg?

Blogg har sitt opphav fra 1990-tallets ”weblog” og er sammensatt av ordene ”web” og ”log”. Ordet referer til en logg som besøkende og administrerende etterlater seg på et nettsted. En weblog blir med andre ord en logg på internett som viser et totalt antall hits en nettside har hatt, den mengden av data som har blitt overført og informasjon om trafikken på nettsiden (Retteberg, 2014). Bakgrunnen for bloggens utvikling var av Tim-Berners Lee sin oppfinnelse av The World Wide Web, som anses for å være en viktig forutsetning til blogg. Bloggens store gjennombrudd skjedde i 1999 med Marc Andreessens første webleser Mosaic. Med inntoget av webleser ble det mulig for ikke-kyndige IT-programmerere å skape innhold på nett (Våge, Nygren og Stattin, 2005). Bloggfenomenet har siden den gang vært i utvikling, og termen blogg har fått ulike definisjoner av både akademikere, massemedier og bloggere selv. Boyd (2006) beskriver blogg som et ikke-selvbeskrivende begrep, og påpeker at blogg er en kombinasjon av et medium og et bi-produkt av uttrykk, da det både er en nettside, som oftest er styrt av én person, og består av personlige erfaringer og observasjoner. En definisjon som bedre belyser det bloggen er i dag er ”en nettside som inneholder en personlig dagbok med refleksjoner, kommentarer og ofte hyperlinker som er lagt til av eier av bloggen” (Blog, 2016).

## 2.3 Det sosiale aspektet ”å blogge”

En viktig del av blogging ligger i det sosiale aspektet ”å blogge”. Det er bloggere selv som vektlegger kvaliteter som å komme i kontakt med andre, dele ting med likesinnede, og de snakker om et ”community” der bloggingen bidrar til å skape engasjement gjennom et felleskap av mennesker (Boyd, 2006 s. 14). Det snakkes om at en blogger er sin egen blogg, der bloggen blir en del av bloggerens private sfære som lesere kan bli invitert inn til dersom de følger de normene som er satt av bloggens eier. På denne måten kan man argumentere for at bloggen i dag er mye mer enn bare et medium. I dag har bloggen visket ut grensen mellom muntlighet og tekstualitet, og endret mekanismene for makt og dynamikk mellom publikum og avsender (Boyd, 2006).

## 2.4 Bloggen som en plattform for nettverksbygging og selvutfoldelse

For ikke lenge siden var mediekulturen karakterisert ved et lavere antall medieprodusenter som distribuerte sine publikasjoner til et større og mer passivt publikum, men som forskning viser, er ordinære mennesker i dag i større grad med på det som deles og formes online. På en blogg publiserer man blogginnlegg, får kommentarer og legger igjen kommentarer på andres blogger (Retteberg, 2014). Det finnes et titalls millioner blogger i verden i dag med forskjellige vinkling, fokus og innhold innen forskjellige kategorier som nyheter, kunnskapsformidling, meningsdeling, sladder og dagbrokskriving (Våge et al., 2005). Majoriteten av dagens blogger er såkalte personlige blogger med fokus på bloggerens subjektive meninger, erfaringer og observasjoner. Den store populariteten personlige blogger har fått for unge jenter i dag, indikerer at bloggene blir en offentlig plass som gir rom for refleksjoner og forhandlinger av identiteter (Löwheim, 2011).

Forskning viser også at unge jenter som blogger, bruker bloggen som en dagbok der det er rom for selvutfoldelse, samt at de gir en oversikt over egne opplevelser som blir en kilde til konstruksjonen av et selv (Löwheim, 2011). Bloggen blir et sted hvor man kan dele sine refleksjoner, meninger og tanker. Man får tilbakemelding fra andre likesinnede, og bloggen tillater individer å opprettholde sin makt i en større grad enn andre sosiale medier i dag (Retteberg, 2014). Nettverket er også laget for å bygge tillitt, skape nye vennskap, trender, allianser og kontroverser som sprer seg og utbres gjennom dette nettverket. Informasjon sprer

seg raskt, og trendene er ikke isolert til blogsfæren, men flyter mellom de mer tradisjonelle mediene og blogger (Boyd, 2006).

## 2.5 Identitet, normer og inntryksstyring

### 2.5.1 Identitetsdanning, sosialisering og fiktivt press

#### *Identitetsdanning*

Vår egen personlighet består av to sider – en utside og en innside. Vår utvendige personlighet er den vi har i offentlige settinger, og vår innvendige er vår egen oppfatning av oss selv – en subjektiv oppfatning som utgjør vår identitet. Identiteten bygges ikke bare opp av vår egen oppfatning av oss selv og vårt selvbilde, men like mye tilbakemeldinger fra andre. Vår identitet og vårt selvbilde er på mange måter vanskelig å skille, da det er like mye en prosess som et sluttprodukt (Bø, 2006). I løpet av livet går vi igjennom denne prosessen for å skape vår egen identitet. Vi danner oss et selvbilde vi kan akseptere og leve opp til for videre å etablere en livsstil som står i stil til denne identiteten (Identitet, 2016). Prosessen består av oppdragelse, kontroll og påvirkning, samt at selve kjernen i denne prosessen er sosialisering og konformitet. Vi blir påvirket av andre gjennom å imitere og lære av andre, og vokser på denne måten inn et felleskap med andre. Vår identitet er i stadig utvikling, og vårt selvbilde og identitet kan endre seg fra dag til dag. Vi speiler oss i andre, og vi utvikler oss som mennesker blant andre mennesker (Bø, 2006 s. 43).

#### *Sosialisering*

I løpet av vår identitetsdanning skal vi oppleve å *bli som andre* samtidig som vi skal skape vår egen selvstendighet og egenart. På veien skal vi erfare og møte nye mennesker, og underveis i prosessen kan man oppleve å bli både positivt og negativt påvirket av sosialiseringen. Man eksponeres for forskjellige forventninger til å være som alle andre, og til daglig går vi rundt og tror at andre forventer at vi har spesifikke meninger og holdninger. Som oftest tolker vi andres forventninger etter avsenderens intensjon, og vi kan vi tro at andre mener noe bestemt selv om de ikke gjør det. Vi kan også tro at folk forventer noe av oss som ikke stemmer overens med det de faktisk forventer. Vi misforstår og tolker noe annet enn det som var avsenderens intensjon. Vi tror noe forventes av oss, men signalene er diffuse eller falske og vi kan la oss påvirke av en illusjon.



### *Fiktivt press*

Denne illusjonen er en form for fiktivt konformitetspress, også kalt sosialpress eller flertallsmisforståelsen (Bø, 2006 s. 171). Et eksempel på dette er når ungdom setter seg beruset inn i en bil på lørdagskvelden. De vet alle hvor galt det er, men ingen sier noe fordi alle tror de andre i bilen synes det er tøft. Som ungdom kan man også tro at man er forskjellig fra alle i vennekretsen, og at det er en selv som er avvikerer. At alle vennene er mer seksuelt frigjort, og at man er den eneste som ikke har debutert seksuelt, eller at alle andre i vennegjengen har markerte magemuskler og selv er den eneste med cellulitter og strekkmerker. Disse oppfatningene skaper vrangforestillinger om hva som er normalt, og ungdom strever derfor med å leve opp til en oppfatning av det de tror er normalt, men som i virkeligheten kan være er myter (Bø, 2006).

Det finnes ulike årsaker til et slikt press. Både media og reklame har blitt pekt ut som en årsak til uoppnåelige idealer og forventninger, og har vist seg å være sterkest blant ungdom. En forklaring på hvorfor akkurat de unge er i en mer sårbar posisjon når det gjelder konformitetspress, bunner i at de har lettere for å havne i en posisjon med krysspress eller diffuse holdepunkter for væremåte og verdivalg. De unge er usikre og speiler seg i andre, samt at de er i en fase hvor de skal skape seg en identitet. De har behov for å bli akseptert og finne trygge holdepunkter, derfor forsøker de også å finne aspekter hos andre som gjør dem til *folk flest*. Noen ganger kan det også forekomme at man forankrer identifikasjonen sin i en gruppe som man ser opp til eller beundrer. Når man forankrer normer, verdier, holdninger og karakteristikk i en gruppe og lar det forme selvfølelsen eller væremåten vår, kan vi kalle de en referansegruppe (Bø, 2006).

#### 2.5.2 Referansegrupper

Schiffman, Kanuk og Hansen (2007) definerer en referansegruppe for å være *”en person eller en gruppe som fungerer som et referansepunkt av sammenlikning eller referanse for en person i å danne enten generelle eller spesifikke verdier og holdninger, eller en bestemt guide for oppførsel”* (Schiffman et al. 2007 s. 316). Referansegrupper som påvirker bredere definerte holdninger og verdier eller former for oppførsel kalles for normative referansegrupper.

Smalere definerte holdninger og handlinger påvirkes av såkalte komparative referansegrupper, og kan for eksempel være klesstilen til en blogger som man beundrer og ønsker å imitere. Betydningen av referansegrupper har endret seg med årene og utvidet seg fra å opprinnelig omfatte de gruppene som en person har kontinuerlig og direkte interaksjon med, som eksempelvis familie og venner, til nå å inkludere påvirkning fra mer indirekte grupper og individer. Påvirkning fra indirekte referansegrupper kommer gjerne fra individer eller grupper man ikke har ansikt-til-ansikt interaksjon med, og kan omfatte grupper eller personer som filmstjerner, TV-personligheter eller personer med en god klesstil eller et interessant utseende. Felles for referansegruppene evne til påvirkning hviler på oppfattelsen av gruppen eller en personens grad av troverdighet, attraktivitet eller makt. Desto sterkere denne oppfattelsen er, jo sterkere er deres evne til å kunne påvirke andres holdninger og atferd. Hyman (1942) referert i Bø (2006) argumenterer også for at vi identifiserer oss med referansegrupper som vi ser opp til, som eksempel idoler, kjendiser eller andre betydningsfulle personer. Slike grupper kan ha en positivt tiltrekning på andre, og man legger derfor til seg de verdier de står for uten videre granskning.

### 2.5.3 Påvirkning og konformitet

Påvirkning er det som øver innflytelse på oss, og spesielt fra andre mennesker. Det å bli påvirket er ”å lære”, og det er ikke bare den ytre atferden vår som endres, men også vår indre mentalitet (Bø, 2006 s. 25). Vi mottar hele tiden impulser fra andre mennesker som kan bidra til å forme vår identitet, våre holdninger og verdsett (Bø, 2006 s. 25). I et fellesskap som vi lever i, finnes det flere former for meninger og verdier som er felles for den gruppen vi lever i. Slike meninger og verdier forsøkes å opprettholdes gjennom sanksjoner og belønninger (Bø, 2006). Poenget er at disse meningene og verdiene er styrt utenfra, og det kan forekomme at man opplever denne styringen som et slags press, enten som forventningspress, gruppepress eller kanskje også kroppspress? Konformitetspresset har ett formål, og det er å skape en felles norm for hva som er normalt (Bø, 2006 s. 26). Konformitet er med andre ord det presset der kultur og sosiale normer gjør enkeltindividers meninger, holdninger og atferd like. For mye konformitet kan i verste fall redusere individers selvstendighet til å tenke, føle og handle forbi majoriteten (Malt, 2009).

Mange unge utsettes i dag for konformitetspress når det kommer til utseende og kropp. Arne Johan Vetlesen, professor ved UIO, referert i Nilsen (2014), mener at kroppen og utseendet i

større grad er knyttet opp til hvem man er og at det derfor er vanskelig å distansere seg fra. Han trekker frem at det i dag er så mange forventninger til kroppen knyttet til hva du skal spise, hvordan du skal trene og hvilke operasjoner du kan ta, at den normale kroppen ikke er bra nok lenger. Dette tror han skjer fordi målestokken for hva som er rett eller galt i forhold til hvordan man skal se ut ikke er åpen, men spesifikk og begrensende. Bak det hele skjuler det seg et konformitetspress, hvor det er andres syn på sin egen kropp som teller og det er det man ønsker å leve opp til. Når det gjelder bloggernes påvirkning knyttet til aspektet konformitet, vil det i denne oppgaven være interessant å undersøke om bloggerne selv bidrar til å skape forventninger hos andre knyttet til sin kropp.

På lik linje med de med tradisjonelle mediene som skaper trender, behov og forventninger, har blogg vist seg å bli en plass for inspirasjon og motivasjon innen mote, skjønnhet, trening og kosthold, og kan på sin måte være en målestokk på det som er kult og trendy. Uavhengig av bloggernes intensjon eller baktanke med sine innlegg, kan observasjon skape falske forventninger til, og vrangforestillinger om normalitet, som igjen mange unge i dag strever for å leve opp til. Bø (2006) legger her vekt på viktigheten med kommunikasjon, og hvordan åpne og ærlige diskusjoner kan gi unge kjennskap til hverandres tanker og holdninger, samt føre til færre feiltolkinger, samt en lettelse når de opplever at den sosiale normen nødvendigvis ikke må følges for å være normal. Når ungdom får kjennskap til hverandres holdninger, kan de innse at valker, cellulitter og strekkmerker egentlig er helt normalt. På samme måte som bloggere kan være med på å skape vrangforestillinger, er det også interessant å undersøke om bloggere kan ta et oppgjør med de disse falske forventningen om hvordan man tror man må se ut, og endre normen for hva som oppfattes som en normal kropp. Neste kapittel vil gå nærmere inn på bloggeres normative påvirkning.

#### 2.5.4 Normsendere og normativ påvirkning

En norm er en regel som sier noe om forventningene til normal oppførsel (Jeg og samfunnet, 2012). Normer er viktige for å skape et felleskap, da de fungerer som fellesverdier (Bø, 2006). Normer sprer seg gjennom sosial interaksjon, og de er sosiale fenomener som er forplantet mellom mennesker gjennom kommunikasjon (Kincaid, 2004).

Sosiale normer er hva folk flest tenker og gjør, eller hva man tror de fleste tenker og gjør, og de handler om hva som blir ansett for å være normalt i en gitt situasjon eller kontekst. Man kan i dag, i den nye samfunnsmoderniteten, oppleve usikkerhet på et sosialt, kulturelt og verdimesig plan på bakgrunn av økt individualisme og globalisering, noe som har ført til større forvirring omkring hva som er rett og galt (Bø, 2006). Det er spesielt i situasjoner der man er usikker på hva som er riktig måte å oppføre seg på, at man speiler seg i andre for å prøve seg frem (Bø, 2006 s. 143). Her kan man også se en overføringsverdi til bloggeres påvirkningskraft som normsendere der man som bloggleser bruker blogg som et oppslagsverk, eller en plattform for inspirasjon med tips og råd for hvordan man skal se ut og oppføre seg.

Det finnes to forklaringer på slik påvirkningskraft - normativ og informativ påvirkning. Den informative påvirkningen går på kommunikasjon fra personer, grupper eller medier som gir oss kunnskap om at det vi hører eller ser står i samsvar med virkeligheten. Den normative påvirkningen går mer i retning aspektet med konformitet – altså andres forventninger. Slike personer eller grupper er med på å styre våre meninger, verdsett og holdninger, og danner en fellesnorm for fellesskapet (Bø, 2006). På bakgrunn av den økte individualismen og globaliseringen, er det i dag større usikkerhet om hva som er den rette sosiale normen og normer feiltolkes. Man kan også velge å søke seg mot et felleskap med distinkt forskjellige normer enn majoriteten. For eksempel kan man si at kropp ikke teller, men likevel vet vi at det teller i det felleskapet vi selv er i. Her vil kommunikasjon mellom mennesker om hva som er den faktiske normen være viktig (Lapinski & Rimal, 2005). Tendensen man ser når slike feiltolkningen oppstår er at ytre forhold får skylden, og viktigheten med å bygge opp og internalisere egne normsett blir sterkere (Bø, 2006). Alle har man et behov for å bli akseptert og godtatt, og man ønsker ikke å avvike fra dette. Grupper som betyr mye for oss, som eksempel medlemsgrupper eller referansegrupper kan falle innunder her. Et spørsmål som reises i denne sammenheng er om bloggere identifiserer sin rolle som referansepersoner med en evne til å endre andres oppfatning av den faktiske sosiale normen knyttet til til kropp og utseende.

### 2.5.5 Inntrykksstyring og fasade

Inntrykksstyring brukes synonymt med selvrepresentasjon, og handler om hvordan man forsøker å påvirke andres oppfatning av sitt eget bilde. Med en åpenhet i sosiale medier blir også selvrepresentasjon i større grad interessant å se på knyttet til hvordan man presenterer seg selv for andre på nett (Cunningham, 2013).

Selvrepresentasjon er en komplisert prosess hvor man velger hvilke aspekt ved seg selv man velger å avsløre, gjemme eller forandre på for å skape et positivt inntrykk av seg selv hos andre (Cunningham, 2013). Sosiologen Erving Goffman mener her med sin teori om selvrepresentasjon, opprinnelig fra 1965, at hans selvrepresentasjon kan sammenlignes med en opptreden i et rollespill. Han benytter også *fasade* som en merkelapp på de uttrykksmidlene som kommer til syne, enten bevisst eller ubevisst under denne opptreden (Goffman, 1992 s. 27). Den opptreden man gjør når man fremfører sitt show gjør man nemlig til *det beste for andre* og man uttrykker seg da både *frontstage* og *backstage* (Goffman, 1992 s. 24).

#### *Frontstage og backstage*

I frontstage kommer identiteten til uttrykk gjennom, kjønn, klesstil, rase, holdning etc, og man vil under en slik opptreden forsøke å forandre på dette uttrykket før man viser seg for andre for å passe inn og bli likt. Backstage derimot, er der individer kan droppe sin fasade og opptre som mer autentiske (Cunningham, 2013). Som i et skuespill, vil scenen og det som foregår foran publikum være frontstage, mens det som foregår bak scenen være backstage. Det man ikke viser under en opptreden befinner seg bak fasaden, eller et sted bak i kulissene (Goffman, 1992). Dette kan også ha overføringsverdi til bloggere. Bloggernes opptreden på bloggen er deres digitale selvrepresentasjon, og det de velger å avsløre for sine lesere blir deres frontstage. De aspekter som foregår utenfor lesers bevissthet, og som omhandler mer av bloggerens privatliv er deres form for backstage.

Ungdommers egen observasjon av hverandre er også viktige kilder til villfarelse. Som vi var inne på i kap 2.2.1, kan jevnaldrende antyde de holdninger og trosforestillinger som de innerst ikke har, men som de tror faller inn i det mønsteret de tillegger ”andre” (Bø, 2006). Som eksemplet med ungdommer som alle sitter beruset i en bil en lørdagskveld og vet det er

galskap, men ingen sier noe fordi man tror at alle andre synes det er tøft. På bakgrunn av dette, er det interessant å undersøke hvordan bloggere tror sin egen selvrepresentasjon gjennom frontstage og backstage på bloggen kan ha påvirkning på ungdommers vrangforestillinger om normalitet. Med andre ord, kan bloggere hjelpe andre med å komme ut av et mønster av holdninger og trosforestillinger om kroppen, som fellesskapet egentlig ikke har.

## 2.6 Makt

### 2.6.1 Makten til å påvirke

Makt kan forstås som ”evnen” til å skape sosial endring i samfunnet (Engelstad, 2005 s. 13). Makt er ikke en ting, men det er overalt, fragmentert og fordelt på mange. Det finnes mange definisjoner på makt, men de har alle som fellesnevner at det handler om relasjoner mellom aktører. Det handler om at makt er en relasjon som gjør at én person kan få en annen person til å gjøre noe personen ellers ikke hadde gjort (Engelstad, 2005). Den makten som har evnen til å konstruere virkeligheten, forme holdninger og tanker betegnes som symbolsk makt (Bourdieu, 1996). Massemedia er viktig knyttet til symbolsk makt, fordi det er viktig for personers konstruksjon av virkeligheten. Den er ofte usynlig for dem den utøves mot, og derfor kan man ta det man blir stilt ovenfor av holdninger og tanker for gitt, selv om denne makten ikke nødvendigvis er bevisst fra mediens side (Aalberg og Elvestad, 2005). I bloggverden kan det befinne seg et maktforhold mellom blogger og bloggleser, og bloggeren kan bruke sin makt til å endre sine bloggleseres holdninger og atferd. Å utøve makt handler nesten alltid om kommunikasjon - om å gjøre seg forstått, overtale eller forklare viktigheten av at person B gjør det som person A forventer. Den som har rollen som maktutøver, som eksempelvis en blogger, vil oppleve at makten hviler på den troverdigheten bloggleserne har til seg selv. Dette kan styrke at budskapsspredningen.

Sammenlignet med forholdet til en blogger og blogglesere, kan det tenkes at bloggere føler et ansvar for å leve opp til de forventninger lesere har til seg (Engelstad, 2005). Dette kan være forventninger om at man som blogger skal fronte sin mening om en sak, skrive en produktanmeldelse, eller å ta et oppgjør med kroppspresset. Det er nemlig ikke unormalt at saker bloggere velger å si sin mening om kan få enorm oppmerksomhet, som eksempel saken om Sophie Elise og palmeoljen, eller fotballfrue med sitt 4 dager etter fødsel-bilde. Slike

saker har skapt enorm oppmerksomhet fra flere instanser, og dette belyser hvordan bloggeres kan besitte en makt til å påvirke våre meninger og hvordan vi oppfatter et fenomen (Tørdal, 2016).

### 2.6.2 Bloggeres definisjonsmakt

I dag er medier en viktig aktør i personers sosialisering og meningsdannelse. Sosialisering er den prosessen hvor man tenker og oppfører seg etter sosiale normer. Mediene får en sentral rolle som normsendere i dagens samfunn fordi de spiller en viktig rolle for hvordan meninger dannes. Mediene bidrar til å overføre kunnskap fra en generasjon til en annen, og er med på å formidle ny kunnskap og sette fokus på spesifikke områder – dette kalles definisjonsmakt. Definisjonsmakt betyr å ha makt til å påvirke hvordan folk oppfatter et fenomen og hvilke meninger man knytter til dette fenomenet (Tørdal, 2016). Mediene dikterer hva og hvem vi skal oppfatte som viktige gjennom utvalg og redigering av hendelser verden over. Mediene kan også holde igjen informasjon, og Stigel referert i Bø, (2006) har bevist hvordan det som ikke vises også kan påvirke, da gjennom sitt fravær. Forskning viser at troverdighet til avsender er omstridt og undersøkt, og at desto større troverdighet man har til avsendere, desto større virkning har man også på mottakeren. Dette er en av grunnene til at opinionsledere, referansegrupper eller andre pålitelige mellommenn har sterk innvirkning på effektiviteten i budskapsspredning (Hogg & Vaughan, 2002). Assosiasjoner som sympati, attraktivitet, sjarm, prestisje og karisma er dyder man knytter til troverdighet, og er ofte å se hos ungdommers beundring til sine idoler. Når man anser mottakeren som attraktiv, kan man se en tendens til at mottaker godtar avsenders budskap uten noen grundigere form for ettertanke fordi man også har mer tillit til avsender og tror mer på det de sier (Bø, 2006). For den videre analysen er det interessant om bloggere besitter en form for definisjonsmakt, samt om de, gjennom fokus eller fravær av kommunikasjon, bidrar til å nyansere kroppspresset.

### 2.6.3 Bloggeres dagsordenmakt

Med inntoget av internett, finner meninger til vanlige mennesker vei gjennom sosiale medier. Gjennom sosiale medier settes det nytt fokus på dagsorden der vanlige mennesker skaper engasjement omkring det som skrives, og journalister får nye syn og perspektiver på saker som de ellers ikke ville gjort. Dette er med på å gjøre skillet mellom

amatører og de profesjonelle medieaktørene svakere, og journalistikken demokratiseres (McNair, 2011 s. 73).

Dagsordenmakt kan også ha overføringsverdi til blogguniverset, der bloggere skaper saker som får mye oppmerksomhet og fostrer meningsdannelse. Med en mer personlig tilnærming og åpenhet rundt sine egne meninger, desto sterkere blir også kredibiliteten og troverdigheten overfor sine lesere (Retteberg, 2008). En studie viser at hele 61,4 % sa de leste blogger nettopp fordi de oppfattet bloggene som mer ærlige enn tradisjonelle medier, og 50,3 % synes også blogg hadde en større grad av åpenhet. Bloggkulturen kan med dette ha fått en større rolle i agendasettingen i samfunnet, selv om det likevel argumenteres for at de tradisjonelle mediene har den viktigste rollen i agendasetting. Bloggeren Andrew Sullivan har bidratt med et innlegg i Time Magazine, som forklarer sin oppfatning av sin egen rolle i dagens mediesamfunn (Hewitt, 2005).

Blogs depend on the journalistisc resources of big media to do the bulk of analysis. What blogs do is to provide the best scrutiny of big media imaginable – ratcheting up the standards of the professionnals, adding new voices, new perspectives and new facts every minute. The genius lies not so much in the bloggers themselves but in the transparent system they have created. In an era og polarized debate, the truth has never been more available. Thank the guys in the pajamas. And read them. – (Andrew Sullivan i Hewitt, 2005 s. 76)

Sullivan sier her at bloggere er avhengig av de journalistiske kildene, men at bloggernes rolle er å granske de tradisjonelle medienes saker ved å endre standarden til profesjonelle ytrere, bidra med nye stemmer, nye perspektiver og nye fakta. Det er ikke nødvendigvis bloggeren selv som bidrar til dette, men det hviler på det faktumet at en blogg oppfattes for å ha mer transparent innhold (Hewitt, 2005 s. 76). Den store andelen av blogglesere tyr til bloggere nettopp fordi de opplever det som mer sannferdig, og ikke nødvendigvis sant. En blogger kan for eksempel hevde at det å gå på en juicediett kan gi seg selv og sine blogglesere finere kropp. Dette er sannferdig hvis bloggeren selv tror det er sant, men det betyr ikke at det er sannheten.

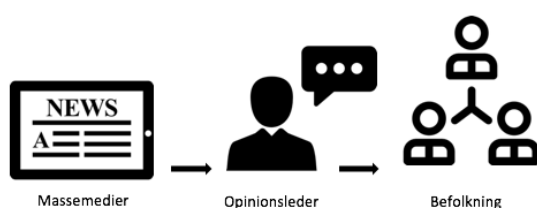
De største bloggerne i Norge i dag kan ha over 50 000 daglige lesere, noe som betyr at de i dag har et enormt potensiale til å kunne påvirke mange lesere (Uglum, 2013). I motsetning til



journalistikk med redaksjonell kritikk, sitter bloggerne ene og alene med ansvaret for det innholdet de poster. Blant dagens blogglesere er det mange unge som enda ikke har tilegnet seg evnen til å filtrere ut det som ikke er sunt for dem, og generelt vurdere informasjon kritisk. Som tidligere nevnt i denne oppgaven, vil referansepersoners påvirkning på andre hvile på deres troverdighet, attraktivitet og makt. På denne måten kan bloggere ha fått en større rolle i dannelsen og utviklingen av leseres selvbilder enn moteblader eller annen reklame. Det som blir interessant er å undersøke hvordan bloggere er bevisste på sin egen makt, og hvordan dette påvirker hva de selv velger å dele og ikke dele på bloggene sine.

#### 2.6.4 Tostegshypotesen

Tostegshypotesen handler om hvilke relasjoner som skaper påvirkning. Den ble for første gang introdusert av Paul Lazarsfeld som fremla hypotesen om at mediepåvirkning tar to steg fra mediet og ut til publikum – altså at det ikke er direkte påvirkning fra mediet. Lazarsfeld sin forskning gikk først og fremst ut på å undersøke hva som fikk velgere til å velge politisk partier og kandidater. Funnene viste at påvirkningen gikk via andre personer, og at noen mennesker spiller viktige roller i formidlingsprosessen. De personene som hadde sterkest påvirkningskraft skilte seg ut ved at de hadde et høyere medieforbruk, og disse ble karakterisert som opinionsledere. Hypotesen baserte seg på at påvirkning fra mediet først skjer igjennom opinionsledere, som fortolker og formidler budskapet, og videreformidlere deretter inntrykk og ideer fra mediene til en mindre aktiv del av befolkningen (Aalberg og Elvestad, 2012).



*Figur 1. Tostegshypotesen*

Hypotesen ble testet og bevist overførbart til andre områder enn politikk (Aalberg og Elvestad, 2012). Senere forskning har vist at tostegshypotesen også har en sentral plass i diffusjonsprosessen, der en mindre gruppe av opinionsledere er innflytelsesrike mellomledd i

adopsjon av nye produkter og innovasjoner (Watts og Dodds, 2007). En sentral del av opinionslederes plass i formidlingen av kommunikasjon, kommer av deres personlige egenskaper. Den som klarer å vinne opinionsleders tillit kan forvente at opinionslederen bidrar til å påvirke andre grupper og individers holdninger.

Nyere forskning på tostegshypotesen har vist at opinionsledere kan ha innflytelse på andre opinionsledere, og at mediebrukere kan utøve innflytelse på andre mediebrukere. Annen forskning viser at også menige mediebrukere henter sin informasjon og kunnskap gjennom massemediene, som igjen gjør at de har innflytelse på sine opinionsledere (Bang, 2006). I denne oppgaven vil det være interessant å kartlegge om bloggere kan forstås som opinionsledere, eller om det er andre opinionsledere blant leserne som gir autoriserte tolkninger i sine nettverk av bloggens innhold. Dette er interessant å knytte opp til bloggeres evne til å nyansere kroppspress, og hvordan videreformidling av inntrykk og meninger kan ta et oppgjør med fenomenet kroppspress.



## 3 Metode

---

Kapittel tre i denne oppgaven vil omhandle den metodiske tilnærming i studien. Her vil det gjøres rede for metodiske valg, behandling av data og det etiske aspektet knyttet til gjennomføring av kvalitative intervjuer.

### 3.1 Valg av metode

Kvalitativ forskning forholder seg til det Tjora (2013) definerer som et fortolkende paradigme, der det er informantens opplevelser og meningsdannelse man er interessert i å undersøke. Innenfor en kvalitativ tilnærming vil man stille spørsmål til det medlemmer i samfunnet tar for gitt, og en stiller da spørsmål knyttet til personers innerste tanker, følelser, kultur og struktur. Felles for de spørsmålene man ønsker svar på når man benytter en kvalitativ tilnærming, er områder som kan utforskes videre fremfor å forklare funn. Man er opptatt av hvordan personers liv formes, samt hvordan sosial orden oppstår (Tjora, 2013) I motsetning til kvantitativ metode hvor man er interessert i å måle et fenomen, vil man i kvalitativ metode være mer opptatt av subjektive, oppfatningsbaserte og følelsesmessige forståelser for å forstå et fenomen (Tjora, 2013 s. 22).

Formålet med denne studien er å få en dypere forståelse av en bloggernes innerste tanker og refleksjoner rundt sin egen rolle, og derfor var det naturlig å velge en kvalitativ forskningsmetode. Jeg anså også fortrolighet som en viktig forutsetning for å få informanten til å åpne seg og reflektere over egen rolle, samt at rekruttering av bloggere skulle vise seg å bli utfordrende. Valget falt derfor på dybdeintervju som en hensiktsmessig datainnsamlingsmetode for å generere data som på best måte kunne besvare mine problemstillinger. Bakgrunnen for valget kom av at kvalitativt dybdeintervju er hensiktsmessig å benytte når man er ute etter å studere meninger, holdninger og erfaringer. Man ønsker å se verden fra informantens ståsted gjennom deres fortolkninger av egne opplevelser (Tjora, 2013). Hovedformålet med denne studien er nettopp å gå i dybden av informantens oppfatning av sin egen rolle knyttet til makt, normer og kroppspress, og i denne studien er det informantens egne opplevelser og synspunkter jeg er interessert i å studere.

## 3.2 Innsamling av data

### 3.2.1 Utvalg av informanter - Dybdeintervju

En regel for utvelgelse av informanter i kvalitative undersøkelser, er at man skal velge de som har en evne til å uttale seg om temaet. Noen ganger vil informanter representere først og fremst seg selv, men det kan vise seg at de senere i analysen kan stå som representanter for et syn eller en posisjon (Tjora, 2013). Jeg så det som viktig å rekruttere bloggere som på forhånd hadde gjort seg opp noen tanker og meninger knyttet til tematikken. Store deler av studien innebærer å få en dypere forståelse av bloggeres oppfatning av egen rolle, samt at en sentral del av oppgaven har omhandlet å kartlegge bloggeres makt til å nyansere kroppspress. Basert på oppgavens rammeverk, så jeg det som naturlig å begrense meg til kvinnelige informanter.

Når man velger informanter ut i fra deres egenskaper eller kvalifikasjoner som kan besvare oppgavens problemstilling og teoretiske perspektiver, har man det som kalles et strategisk utvalg (Thagaard, 2002 s. 54). Jeg følte det var riktig å velge informanter ut ifra gitte kriterier, og valgte informanter strategisk etter bloggkategoriene ”Mote og livsstil” og ”Trening og kosthold”. Jeg startet rekrutteringen ved hjelp av bloggplattformen Blogg.no region Trondheim for å finne bloggere som befant seg innenfor kriteriene. Aldersgruppen jeg forholdt meg til var 18 – 30 år, selv om jeg vurderte å rekruttere informanter med et større aldersspenn for å identifisere variasjoner i informantenes svar knyttet til deres alder. Jeg hadde fra tidligere forskning om bloggere, fått en indikasjon på at bloggere er vanskelige informanter å rekruttere til slike studier, og jeg valgte å forholde meg til den aldersgruppen jeg anså som mest sannsynlig å lykkes med rekrutteringen fra.

Jeg ønsket meg i hovedsak bloggere fra Trondheimsregionen fordi jeg vill gjennomføre intervjuene ansikt-til-ansikt. Dette viste seg midlertidig å være utfordrende. På grunn av tidspress så jeg det som nødvendig å utvide rekrutteringen til andre byer. I første omgang konsentrerte meg om å rekruttere bloggere som befant seg innenfor topp 20 listen på blogg.no, men også her måtte kravene senkes i mangel på svar eller tilbakemelding fra de utvalgte. Etter utallige emailer sendt til potensielle informanter, samt et par intervjuer som ble avlyst av informantene selv, bestemte jeg meg for å benytte mitt eget nettverk for å få litt fortlgang i rekrutteringen. Jeg la ut en post på min egen facebookprofil (se vedlegg.1) der jeg etterspurte informanter etter gitte kriterier.

Ved hjelp av venner og bekjente på sosiale medier, og min første informant, klarte jeg å rekruttere totalt seks informanter - tre informanter innenfor kategorien ”Mote og livsstil” og tre informanter i kategorien ”Trening og kosthold”. Av disse seks informantene, gjennomførte jeg to intervjuer ansikt-til-ansikt, og fire over telefon. Man kan diskutere hvorvidt seks informanter er tilstrekkelig i kvalitative intervjuer. I utgangspunktet hadde jeg et ønske om å intervju totalt åtte informanter for å få et rikere datamateriale, men dessverre opplevde jeg mange utfordringer i rekrutteringsprosessen som fikk konsekvenser for tidsrammen jeg hadde satt for oppgaven. Etter fire intervjuer å dømme, kunne det likevel se ut til at jeg hadde kommet til et metningspunkt, da en stor del av informantenes meninger og synspunkter var gjentakende og jeg kunne skimte et mønster i mitt materiale. Når man kommer til et metningspunkt, og flere informanter ikke ser ut til å gi dypere forståelse av fenomenet som undersøkes, kan utvalget være tilstrekkelig stort (Thagaard, 2009 s. 59). Basert på dette, konkluderte jeg med at mitt datamateriale var tilstrekkelig for å besvare oppgavens problemstillinger.

Jeg valgte å gi mine informanter fiktive navn for å sikre deres anonymitet. Navnene har de fått etter hvilken bloggkategori de tilhører - der de som blogger om ”Mote og skjønnhet” har fått fiktive navn som begynner på M, og informantene som blogger om ”Trening og kosthold” har fått fiktive navn som begynner på T. De fiktive navnene er som følger; *Thea, Tiril, Tine, Mette, Mone og Maiken*.

*Tabell 1. Oversikt over informanter*

Thea	21	Trening og kosthold
Tiril	24	Trening og kosthold
Tine	23	Trening og kosthold
Mette	27	Mote og skjønnhet
Mone	25	Mote og skjønnhet
Maiken	20	Mote og skjønnhet

En av metodene som ble benyttet for å fremskaffe informanter til studien er den metoden Thagaard (2009) definerer som snøballmetoden. Metodens betegnelse kommer av at man først velger seg ut et mindre utvalg som er relevant for problemstillingen, for at informantene i det utvalget nevner navn på andre potensielle informanter med lignede egenskaper (Thagaard, 2009). Metoden egner seg godt som rekrutteringsmetode i studier med et sensitivt tema, privatliv, eller der man har behov for insidere innen et spesifikt tema (Andrews og Vassenden, 2007). Metoden er også nyttig å bruke dersom man har en stram tidsramme for studien og man ønsker en fortgang i rekrutteringsprosessen (Biernacki og Waldorf, 1981).

På grunn av store utfordringer i rekrutteringsprosessen, samt den stramme tidsrammen, så jeg snøballmetoden som en hensiktsmessig rekrutteringsmetode. I begynnelsen av rekrutteringen opplevde jeg problemer med informanter som i utgangspunktet sa ja til deltakelse, men som sluttet å svare meg. Andre informanter bekreftet tid og sted, men dukket ikke opp til intervju på grunn av sykdom eller andre avtaler. Jeg så på snøballmetoden som en fin mulighet til å komme i kontakt med informanter som tok deltakelsen på alvor, fordi de, gjennom å ha snakket med bekjente som allerede hadde stilt opp, fikk en bedre forståelse av hva deltakelse gikk ut på. Jeg startet rekrutteringsprosessen med å sende forespørsel og informasjonsskriv på mail til utvalgte informanter i Trondheim (Vedlegg 2). Én informant sa seg villig til å stille ved hjelp av denne metoden, og kunne tipse meg om flere jeg burde ta kontakt med videre. Senere i prosessen benyttet jeg Facebook, og først da begynte ballen å rulle. For meg og min oppgave var snøballmetoden uunnværlig for å i det hele tatt å få kontakt med bloggere, men det bør likevel gjøres rede for hvilke svakheter som kan oppstå ved å bruke denne formen for rekruttering. Dette diskuteres nærmere i kapittel 3.5 om kvalitetsvurdering.

### 3.2.2 Intervjuguide

I forkant av intervjuene forberedte jeg meg grundig gjennom å utarbeide en intervjuguide (vedlegg 3) for å sikre godt gjennomførte intervjuer. Måten jeg arbeidet frem intervjuguide på, kom som et resultat av min problemstilling. Jeg valgte å dele intervjuguiden inn i hovedbolker etter det jeg ønsket svar på. For meg var det viktig at intervjuguiden ga rom for en fri samtale og åpnet opp for refleksjoner, derfor var de første spørsmålene avgjørende for resten av intervjuet for å berolige informanten.

Målet med dybdeintervjuer er å skape en fri samtale der informanten får gå i dybden av det de har å fortelle (Tjora, 2013). Jeg forsøkte derfor å være observant på ikke å følge intervjuguiden slavisk, men heller bruke den som et hjelpemiddel. Det var viktig for meg å formulere presise, men likevel åpne spørsmål som gjorde at informanten fikk rom til å gå i dybden. Intervjuguide etter SDI- modellen er drevet av empirisk nysgjerrighet der selve målet er å genere refleksjon og komme inn på aspekt som jeg, som forsker, på forhånd ikke har tenkt på. (Tjora, 2013 s. 135-136). Det var derfor viktig at mine informanter ikke baserte svarene sine på det de oppfattet som en fasit.

### 3.2.3 Gjennomføring av dybdeintervju

To av dybdeintervjuene ble gjennomført i Trondheim, og de resterende fire intervjuene ble gjennomført over telefon. Intervjuene varte i alt fra 45 min til 2,5 time, og ble gjennomført i løpet av februar og mars 2016.

#### *Intervju over telefon*

På grunn av praktiske utfordringer knyttet til rekruttering av informanter, utvidet jeg rekrutteringen fra Trondheim til andre byer, og valgte derfor å gjennomføre majoriteten over telefon. Selv om intervjuer over telefon ikke er å anbefale (Tjora, 2013), så jeg det som økonomisk nødvendig, da informantene mine befant seg i ulike byer, samt at jeg var under et tidspress. Det var viktig for meg at informantene skulle føle seg komfortable i situasjonen, og jeg lot informantene bestemme om vi skulle gjennomføre over telefon eller via Skype. Telefon var å foretrekke hos samtlige. I forkant av telefonintervjuene sendte jeg en SMS for å forsikre om at de fremdeles ønsket å stille opp og bekrefte at det avtalte intervjutidspunktet passet. Innledningsvis var det viktig for meg å takke informantene for deres deltakelse, fordi jeg visste at flere hadde tatt seg tid fra en ellers hektisk hverdag til å stille opp. Dette var noe jeg bevisst gjorde i forkant av intervjuet for å skape en god tone mellom oss før vi startet for å kompensere for den tapte ansikt-til-ansikt kontakten man mister over telefon, og for å skape en naturlig og myk overgang før intervjuet startet. Deretter forklarte jeg de etiske og formelle retningslinjene knyttet til deres deltakelse, og at de som informant kunne trekke seg fra studien når som helst og unngå å svare på spørsmål de ikke vil svare på. Videre forsikret jeg meg om at informantenes godkjennelse av lydopptak med min PC fortsatt var gjeldene.



Intervjuene jeg gjennomførte over telefon gjorde at jeg i større grad måtte forsikre meg om at informantene forstod spørsmålene jeg stilte. Jeg merket at samtalen ble mer statisk og minnet mer om et intervju enn en fri samtale. Informantene kom med færre refleksjoner på egenhånd, og det ble ekstra viktig for meg å stille oppfølgingsspørsmål som eksempelvis *hvorfor følte du dette...?* og *kan du komme med noen flere eksempler på dette...?* Viktig ble det også å sørge for at jeg hadde gjort meg forstått når jeg mistet ansikt-til-ansikt kontakten med informantene. Jeg leste meg opp i Tjora (2013) på forhånd, hvor det nevnes en taktikk om å gjenta informantens spørsmål for å forsikre om at man har forstått informantene rett. Dette var noe jeg benyttet meg av og følte fungerte godt. Selv om telefonintervjuene reduserte den naturlige flyten i samtalen, opplevde jeg det som positivt at vi fikk større fleksibilitet til å bestemme når og hvor intervjuet skulle gjennomføres, samt at også informanten fikk være i komfortable omgivelser. Dette tror jeg gjorde det lettere for dem å stille opp. En annen positiv ting jeg opplevde ved å gjennomføre over telefon, er knyttet til min egen rolle som forsker. Her fikk jeg muligheten til å rette min fulle konsentrasjon mot informantens fortellinger, noe jeg tror gjorde meg tryggere på å stille oppfølgingsspørsmål og forsikre meg om at jeg oppfattet informantens svar korrekt når jeg ikke lenger trengte å forholde meg til ansiktsuttrykk, blikkontakt og kafébråk.

### *Intervju ansikt-til-ansikt*

I et dybdeintervju vektlegger Tjora (2013) viktigheten av å skape en avslappet stemning mellom informant og forsker, slik at informanten føler det er trygt å åpne seg opp og dele sine personlige erfaringer. For meg var det viktig at informantene ikke skulle se på deltakelse som noe skummelt, men heller som en hyggelig og uformell samtale mellom to jevnaldrende jenter. Intervjuene ble, gjennom avtale med informantene, gjennomført over en kopp kaffe på en sentrumsnær kafé i Trondheim, og de varte mellom 1 – 2,5 time. For å skape en naturlig dialog mellom oss, småpratet vi litt i forkant av intervjuet for å gjøre oss trygge på hverandre. Informantene hadde samtykket til lydopptak på forhånd, men jeg valgte likevel å forsikre meg om at det var i orden at jeg tok lydopptak med min egen mobil.

Et av intervjuene jeg gjennomførte varte i 2,5 time, og her ble det viktigere ha kontroll på regien i intervjusituasjonen. Informanten hadde flere digresjoner underveis, og en tendens til å snakke forbi spørsmålet fordi hun hadde mye på hjertet. Det positive med dette var selvsagt at informant følte seg trygg nok til å gå i dybden, og det virket ikke som hun tenkte over at vi

satt i en intervjusituasjon. På den andre siden krevde det også mer av meg som intervjuer, da jeg måtte være observant på å sette rammer for intervjuet gjennom oppfølgingsspørsmål for å forsikre om at informant faktisk svarte på spørsmålene. Et av hovedformålene med å gjennomføre dybdeintervjuer er tross alt å skape en samtale som flyter godt, der informantene har mulighet til å gå i dybden og gir rom for digresjoner som kan bringe frem tema forsker på forhånd ikke hadde tenkt på (Tjora, 2013). Likevel kan for stor åpenhet føre til konsekvenser for informant sin egen integritet, og det er viktig å finne en balanse som ivaretar informants vurderinger, motiv og selvrespekt (Thagaard, 2002). Digresjonene omhandlet informantens privatliv, og jeg forstod at digresjonene ikke ville hjelpe til å besvare problemstillingen. Noen av digresjonene var av en såpass privat karakter at jeg valgte å ikke inkludere det i verken oppgaven eller transkripsjonen.

Ettersom jeg selv er en bloggleser, falt det meg naturlig å være en engasjert og lyttende forsker fordi jeg kunne kjenne meg igjen i bloggernes tanker knyttet til temaet. Når informantene kom inn på noe nytt og interessant, fortalte jeg at *dette du forteller nå er interessant*, og jeg ba de om å gå mer i dybden.

Ettersom intervjuguiden ble utarbeidet ut i fra min egen nysgjerrighet, var jeg spent på om informantene kom til å oppleve meg som gjentakende eller at jeg i deres øyne stilte innlysende spørsmål. Det kunne virke som flere av mine spørsmål var gjentakende, men formuleringene var forskjellige og genererte ikke samme svar. Jeg var redd informantene skulle oppleve det hele som gjentakende og kjedelig, men det viste seg heller å ha en positiv effekt, da en liten endring og spørsmålsformulering kunne få informantene til å gå mer i dybden. Dette kan henge sammen med at også informant ble tryggere på meg og intervjusituasjonen jo lenger inn i intervjuet vi kom, og det ble lettere for de å åpne seg opp rundt spørsmålene.

### 3.3 Refleksjoner rundt forskerrollen og etiske hensyn

I følge Tjora (2013) er det viktig at forsker er klar over at man kan befinne seg i lignende livssituasjon som informantene, og at man derfor må redegjøre for om man, som forsker, kan ta enkelte erfaringer eller synspunkter for gitt. Alle mine informanter var jenter i 20- års alderen, noe som gjorde oss jevnaldrende. I løpet av intervjuene ble det desto viktigere for

meg som forsker å innta en naiv posisjon. Jeg bestemte meg i forkant for ikke å lese meg opp for mye på bloggene til informantene, slik at min forkunnskap ikke skulle være støy og underbygge kommunikasjonen under intervjuet. Som et eksempel stilte jeg spørsmålet *har du noen noen gang skrevet et innlegg om kroppspress?* Dersom jeg på forhånd hadde visst at bloggeren hadde skrevet et slikt innlegg, tror jeg ikke det ville falt seg like naturlig med oppfølgingsspørsmål som eksempel *hva handlet det om, hvorfor valgte du å poste det* etc på grunn av mine forutinntattheter. Jeg bemerket meg ingen store utfordringer knyttet til min forkunnskap, og så på dette mer som en ressurs. Som jente i 20- årene opplevde jeg å stille relevante spørsmål, og forstod i større grad hva informantene snakket om, noe som ble en fordel i intervjusituasjonen.

I en intervjusituasjon er en god dialog og et tillitsfullt forhold mellom forsker og forskningsobjekt viktig for å skape en god atmosfære (Tjora, 2013). Som forsker sørget jeg for å være en aktiv lytter gjennom bekræftende nikk der det passet seg. Det er viktig at man som forsker tar hensyn til at temaer man tar opp kan være vanskelige for informantene å snakke om (Tjora, 2013). Jeg opplevde at flere av informantene åpnet seg opp rundt sine personlige erfaringer, og så ikke på dette som en utfordring. Samtidig var ingen av mine spørsmål av en spesielt sensitiv karakter. Det som kan ha vært en ressurs, er at jeg selv er ei jente i samme aldersgruppe som informantene. Dette kan kan ha gjort det tryggere for informantene å åpne seg opp om det som er mer personlig, fordi de følte jeg lettere kunne relatere til det de sa.

En stor del av etikken knyttet til gjennomføring av intervjuer dreier seg om presentasjon av data gjennom å beholde informantenes anonymitet, samt å sørge for at informant ikke kommer til skade (Tjora, 2013 s. 159). Dette kommer av at forskning betraktes for å være situert handling, der det ikke er personen som intervjues som er viktig for det som produseres, men heller det personen forteller. I denne studien er det benyttet fiktive navn for å sikre informantens anonymitet (Tjora, 2013). Jeg presiserte videre at deltakelse var frivillig, og at de kunne trekke seg når som helst, og unngå å svare på spørsmål de ikke ønsket. Mine informanter er alle bloggere og ikke fremmede for å dele med lesere på nett, men likevel virket det som om terskelen for å stille opp var lavere når jeg forklarte at deltakelse var anonymt.

### 3.4 Bearbeiding og tolkning av data

Tolkning i kvalitativ forskning har en hermeneutisk tilnærming der man må fokusere på et dypere meningsinnhold enn det som allerede er innlysende. Tolkning av tekst handler om et møte mellom en forsker og en tekst, og målet er å skape en mening med teksten (Thagaard, 2009). En viktig forutsetning er at man som forsker mestrer å legge til side sine egne forutinntattheter i tolkningen av data. En blogger oppfatter kanskje ikke sin egen rolle på sammen måte som jeg oppfatter den, derfor er det viktig med en systematisk bearbeiding av data for å unngå støy i analysearbeidet.

Jeg transkriberte intervjuene umiddelbart de gangene dette lot seg gjøre, for å la transkripsjonen preges av at intervjuet var ferskt i minnet. Transkriberingen ble gjort på bokmål, men dialekt og andre særegne uttrykk som var av betydning ble skrevet i sin opprinnelige form. I og med at jeg gjennomførte majoriteten av intervjuene over telefon, har jeg ikke inkludert gestikulerende uttrykksmåter i transkripsjonen. Transkriberingen foregikk likevel på en måte som gjorde at jeg sikret meg alt av det som ble sagt og uttrykket ellers, som latter, tydelige tenkepauser og ellers andre uttrykksmåter som kunne ha betydning for analysen. Et av mine intervjuer varte i 2,5 time og jeg så det som tidkrevende å notere ned alt som ble fortalt. Jeg løste dette med å notere ordet *digresjon* på de stedene dette ble nødvendig, og det så slik ut i transkripsjonen; *digresjon om drømmehagen barne- tv 20.05 – 23.50*. På denne måten gjorde jeg det klart overfor meg selv hva digresjonen handlet om og hvor i lydopptaket jeg kunne finne tilbake til det.

Da jeg var ferdig med transkripsjonene satt jeg igjen med et enormt materiale, og jeg var usikker på hvordan jeg skulle ta tak i det som ville være interessant for problemstillingen. Jeg valgte en mer intuitiv vinkling for å starte på analysen fremfor å gå systematisk til verks gjennom hele empirien (Tjora, 2013). Etter samtale med studenter i klassen og min veileder, så jeg det som hensiktsmessig å skrive sammendrag fra hvert intervju der jeg inkluderte sitater fra mitt rådata for å belyse det jeg fant relevant. På denne måten fikk jeg en bedre oversikt hva som trigget meg av de dataene jeg hadde. Videre gikk jeg over til å sortere sitater ut i fra tema etter hvilken av problemstillingene de kunne besvare. Etter fordelingen av sitatene, identifisere jeg motstridende syn og tendenser, og bemerket meg de sitatene som belyste dette på best måte. Etter kategoriseringen satt jeg igjen med tre hovedkategorier for

analysen som var relevante: Bloggeres oppfatning av sin egen rolle, bloggeres påvirkning og makt, og bloggeres evne til å nyansere kroppspress. Etter samtale med veileder, ble vi enige om å slå sammen de sistnevnte kategoriene, fordi det ble unaturlig å skille de fra hverandre.

Gjennom forskning ønsker man å svare på en gitt problemstilling som er utarbeidet på forhånd. Gangen i arbeidet med å tolke lå forholdsvis nært inntil den stegvis-deduktive induktive metoden, der man beveger seg fra data til teorier for å skape rom for nye og alternative teorier (Tjora, 2013). Kvalitativ forskning kan også være preget av et samspill mellom det deduktive og induktive, og utgjør det som kalles abduksjon. Dette betyr at man allerede har et rammeverk av teori som gir grunnlag for å forstå tolkning av mønstre i sine data, og mønstrene i dataene gir videre grunnlag for nye teoretiske perspektiver (Thagaard, 2002 s. 177). I forkant av min datainnsamling hadde jeg utarbeidet et grunnleggende rammeverk av teori ut i fra mine forskningsspørsmål som jeg tok utgangspunkt i til analysen. Etter bearbeidingen av dataene, ble det klart for meg hvordan dybdeintervju kan introdusere flere interessante aspekter jeg som forsker ikke hadde sett meg ut på forhånd. Delkapittelet om bloggeres forhold til å fremstå som autentisk er et eksempel på dette. I tillegg bestemte jeg meg for å dele opp min problemstilling i to i etterkant av analysen. I samtale med veileder introduserte jeg også Goffman's teori om inntryksstyring og selvrepresentasjon, som senere har vist seg å utgjøre store deler av det teoretiske rammeverket i analysen.

### 3.5 Kvalitetsvurdering

I denne delen presenteres oppgaven kvalitetsvurdering, som innebærer diskusjon av oppgavens pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet (Tjora, 2013).

#### 3.5.1 Reliabilitet

Reliabilitet i forskning går i hovedsak ut på hvor pålitelig studien er, altså i hvilken grad resultatene i studien ville blitt de samme dersom en annen forsker skulle gjennomført samme studie (Tjora, 2013). Nøytralitet og objektivitet er viktige faktorer for å sikre en studies reliabilitet, og her vil det være nødvendig å gjøre rede for forsker sine forkunnskaper og engasjement som kan ha fungert som støy i prosjektet, hvorvidt informantene ville svart annerledes enn ellers på grunn av intervjusituasjonen og nøyaktigheten i dataregistreringen.

Som vi har vært inne på i kapittel 3.4 der jeg gjorde rede for min rolle som forsker, er det viktig å reflektere over om man har noe til felles med informantene, og i hvilken grad jeg satt inne med forkunnskaper eller hadde et engasjement som kunne være støy for studien. Som Tjora påpeker, vil man som en forsker aldri kunne oppnå fullstendig nøytralitet, og han trekker også inn viktigheten av å anse forkunnskaper til det man studerer som en ressurs (Tjora, 2013). Det er ikke til å legge skjul på at jeg, som forsker i denne studien, er i samme aldersgruppe og livssituasjon som flere av mine informanter. På tross av at jeg anser meg selv som en bloggleser, har jeg aldri erfart å blogge selv. Derfor ser jeg på min forkunnskap som en ressurs som har kommet godt med i utarbeidelsen av intervjuguiden og hjulpet meg med å formulere presise spørsmål. Det er alltid en fare for at for mye forkunnskap kan føre til forutinntattheter, noe jeg har forsøkt å forhindre gjennom å formulere spørsmål som i liten grad er ledende, samt at jeg ikke hadde noen kjennskap til mine informanter fra før.

Et viktig aspekt med dybdeintervju er å skape en fortrolig samtale der informant tør å åpne seg og svarer like ærlig som de ville gjort utenfor en intervjukontekst. Det var viktig for meg at informantene ikke skulle svare det de trodde jeg ville høre, eller etter en fasit. Derfor informerte jeg informantene om at de ikke måtte føle at det fantes fasitsvar, men at de svarte basert på sine egne antakelser, tanker og følelser. Når man gjennomfører et dybdeintervju er fortrolighet en forutsetning for å få informant til å gå i dybden. Mye av dette handler om å skape trygge rammer for intervjuet som sørger for en avslappet stemning, og da er det vanlig å gjennomføre intervjuet på et sted der informant føler seg trygg (Tjora, 2013). Under intervjuene på telefon fikk informant mulighet til å intervjues uten å forlate huset, noe som gjorde gjennomføringen mer fleksibel og praktisk for dem. Når informantene selv fikk velge hvor intervjuet skulle gjennomføres, kan dette ha bidratt til å skape en avslappet stemning i intervjusituasjonen. Under gjennomføringen av mine ansikt-til-ansikt intervjuer på kafé, var jeg redd kafébråk og kafégjester skulle skape en stressende situasjon, selv om vi på forhånd hadde blitt enige om at en kafé ville være et naturlig sted for oss å møtes over en kopp kaffe. På tross av støy fra kaffemaskinen og andre gjester, følte jeg ikke at dette var noe som preget informantenes fortellinger, da disse intervjuene var mine to lengste og begge informanter gikk i dybden.

Et annet aspekt jeg ser kan ha bidratt til å styrke studiens pålitelighet er gjennom bruken av lydopptaker for å styrke dataregistreringen. På denne måten har jeg kunnet trekke informantens stemme inn i studien, og gjøre den synlig for leseren (Tjora, 2013). Likevel er det viktig å gjøre rede for de informantene jeg har intervjuet og hva slags forhold jeg har til de. Jeg hadde på forhånd ingen kjennskap til informantene, noe jeg tror kan ha bidratt til å styrke påliteligheten kraftig. Ettersom jeg selv er en bloggleser, kunne min forkunnskap til bloggeren påvirket datamaterialet, samt at min personlige beundring kunne gjort meg mer utrygg som forsker i intervjusituasjonen.

### 3.5.2 Validitet

Validiteten er forskningens gyldighet, og en indikator på hvor og godt man finner ut av det man er ute etter å undersøke (Tjora, 2013). I samfunnsvitenskapelig forskning er det den kommunikative gyldigheten man er opptatt av. Man forholder seg til eksisterende teorier og tidligere forskning som er gjort innenfor samme tema, og sammenstiller deretter sine egne resultater med resultater fra det som er konkludert tidligere (Tjora, 2013 s. 206). En av de viktigste kildene til å sikre en studies gyldighet er når forskning pågår innenfor et teoretisk rammeverk og annen forskning (Tjora, 2013). For å sikre gyldigheten i denne studien har jeg fokusert på å diskutere mine funn i lys av relevant teori og tidligere forskning. Det er viktig å presisere at blogg er et relativt nytt fenomen som har vært i utvikling siden sitt inntog, derfor finnes det få teorier på blogg, samt at majoriteten av det som er skrevet er fra tidlig 2000 tallet da blogg blomstret for fullt. Likevel opplever jeg at mitt teoretiske rammeverk har bevist å ha overføringsverdi utenfor sin sfære, og gjør seg relevant for denne oppgavens problemstillinger. Det har vært viktig å forsikre meg om at mine data besvarte det jeg har vært ute etter å undersøke, i tillegg til å finne en balanse mellom å la informantene reflektere over aspekter jeg som forsker på forhånd ikke hadde sett for meg. Jeg har stilt spørsmål som lar informantene utbrodere om sine refleksjoner rundt sin egen rolle som blogger, samt hva slags forhold de har til seg selv som normsender og sin egen makt og påvirkningskraft. I tillegg har jeg klart å knytte det opp mot relevant teori som tar utgangspunkt i tidligere forskning og teorier om makt, normer og identitet, samt Goffman's inntrykkstyring og selvrepresentasjon. Goffman's teori ble for øvrig inkludert i ettertid og har vist seg å være en svært sentral teori i oppgavens analyse. Dette kan tyde på at bruken av dybdeintervju har bidratt til å introdusere nye viktige aspekter i oppgaven som jeg på forhånd ikke hadde antatt.

En svakhet for studiens gyldighet kan knyttes til rekrutteringsmetoden som ble benyttet. Når man benytter snøballmetoden har man ikke kontroll på hvor ballen ruller, og man kan risikere å ende opp med informanter som ikke har like god innsikt i temaet som man så for seg. For et par av mine informanter viste dette seg å være gjeldende, og de slet i større grad enn resten med å forstå mine spørsmål. Et annet aspekt som kan ha vært en ulempe for oppgavens validitet, er at majoriteten av intervjuene ble gjennomført over telefon, og samtalene i større grad ble statiske slik at informantene ikke gikk like mye i dybden på egenhånd.

For å styrke denne oppgavens gyldighet har jeg forsøkt å kompensere med den tapte relasjonen man får ansikt-til-ansikt, gjennom å stille oppfølgingsspørsmål slik at jeg i like stor grad fikk svar på spørsmålene. Jeg har vært tydelig på omformuleringer og oppklaringer av spørsmål overfor de informantene som ikke forstod mine spørsmål uten at det skulle virke ledende. Jeg opplever også at tiltak som kan ha styrket denne oppgavens validitet er den grundige utarbeidelsen av min intervjuguide, som jeg i stor grad følte hjalp meg med å stille presise spørsmål i tråd med oppgavens problemstillinger, og som ga meg en pekepinn på hvilke eksempler jeg kunne bruke for å illustrere de spørsmålene informantene misforstod. Jeg mener mine tiltak har styrket studiens gyldighet, og anser mitt datamateriale som rikt nok til å besvare oppgavens problemstilling.

Når det gjelder min egen forkunnskap knyttet til tolkningen av oppgavens funn, kan jeg se at min livssituasjon som jente i 20-årene kan ha preget tolkningene min i analysen, og jeg tror jeg i større grad har kunnet tolke informantenes fortellinger på grunn av min indre nysgjerrighet og innsikt i temaet. Selv om jeg som forsker tolker ut i ifra eget ståsted, har jeg vært bevisst på å unngå selektiv forståelse og skjevtilkinger. Tiltak jeg har gjort er å diskutere motstridende syn opp mot hverandre, samt å inkludere tilfeldige syn slik at funnene ikke skal bekrefte mine antakelser eller reflektere mitt syn som forsker, men heller vise variasjoner i datamaterialet.

### 3.5.3 Generaliserbarhet

I samfunnsvitenskapelig forskning er det viktig å gjøre rede for funnenes generaliserbarhet utenfor den spesifikke studien. Likevel må man skille mellom generaliserbarhet i kvalitativ



forskning fra kvantitativ forskning, der man i kvantitativ forskning i større grad kan trekke slutninger fra utvalget til en større populasjon (Tjora, 2013). I denne kvalitative studien vil utvalget være for lite til at det kan trekkes statistiske slutninger, og resultatene ses heller i sammenheng med lignende caser og annen forskning. Formålet med denne studien var å få en innsikt i, og en dypere forståelse av bloggernes oppfatning av sin egen rolle, og hvorvidt de opplever å ha makt til å nyansere kroppspress.

Et problem som kan oppstå er når spørsmålene man stiller er for generelle (Thagaard, 2002). Derfor gikk en stor del av arbeidet ut på å utarbeide gode spørsmål for sikre at informantenes svar ble nyanserte og i lys av egne erfaringer. Jeg fokuserte på å stille spørsmål på en måte som ikke skulle virke ledende, og som kunne generere nyanserte svar gjennom formuleringer som eksempelvis *kan du fortelle mer om, kan du snakke litt om, hvordan opplever du* etc, med typisk oppfølgingsspørsmål som *hva fikk deg til å føle det, hvorfor opplever du det sånn, hvordan ble det slik, tror du?* I tillegg presiserte jeg at informantene alltid kunne ta seg betenkningstid om nødvendig, og gå tilbake til spørsmål som de ikke klarte å svare på momentant.

Analytisk generalisering bidrar til å vurdere om én studie kan brukes som en indikasjon på det som kan skje i en annen situasjon (Tjora, 2013 s. 214). Jeg opplevde et metningspunkt i mine data, og la allerede merke til et mønster i informantenes fortellinger etter de fire første intervjuene. Dette kan bety at utvalget gir en indikasjon på hva en lignende gruppe ville svart. I denne studiene har jeg valgt informanter ut i fra gitte kriterier, noe som betyr at generaliserbarheten i denne studien i større grad begrenser seg til en populasjon som sitter med samme opplevelser som i denne spesifikke studien, og de vil ikke gjelde en større populasjon med de samme demografiske variablene (Biernacki og Waldorf, 1981). Informantene i denne studien blogger innen mote, skjønnhet, livsstil, trening og kosthold, og selv om disse temaene i hovedsak dekker en stor gruppe bloggere, vil det være nærliggende å tenke at det i hovedsak er bloggere innenfor slike kategorier resultatene i såfall kan relatere seg til.

## 4 Bloggeres oppfatning av egen rolle

---

Jeg har valgt å dele analysen inn i to kapitler som tar for seg hvert sitt del-tema. I det første kapittelet belyses informantenes oppfatning av sin egen rolle som blogger. Her vil jeg undersøke informantenes opplevelse av seg selv som blogger, problematiske sider knyttet til dem selv som privatpersoner bak bloggen og gå nærmere inn på det sosiale aspektet ved blogging.

### 4.1 Referansepersoner

På spørsmålet om hva slags rolle bloggere har fått, forteller samtlige informanter at de ønsker å bidra med noe for andre. Dette gjenspeiles i følgende sitater.

[...] gjennom å blogge vet at jeg kan bidra mentalt til andre unge som har et vrangt syn på livet generelt. Det å komme med noe annet og spytte ut noe andre ikke tør å si eller nevner. –Thea

Det er kanskje å påvirke noen positivt, å inspirere og motivere. –Mette

Det kommer frem fra informantenes fortellinger at de er opptatt av å påvirke på en positiv måte gjennom inspirasjon og motivasjon, samt å bidra med noe som kan hjelpe andre. Det fremkommer for meg som litt tvetydig hva informantene legger i aspektet å *påvirke noen positivt*, men jeg tolker ut i fra deres sitater at de er bevisst på å ha en *betydning for andre*. Fortellingene til samtlige informanter er med på å bekrefte dette:

Bloggere spiller jo en stor rolle for mange. De blir på en måte forbilder. De bloggere som har mange følgere spiller en stor rolle og er forbilder. De sender jo en beskjed. –Tiril

[...] enkelte bloggere er faktisk idoler for enkelte. Det er veldig mange som ser opp til dem, og det er veldig mange av de som blogger og som er store som faktisk har et litt større ansvar. De setter en viss standard på hva som er trendy, hva som er pent, hva som er kult [...] –Mette

*Idoler og forbilder* er ord Tiril og Mette bruker for å beskrive bloggeres rolle i samfunnet i dag, og som Tiril påpeker, spiller de en stor rolle for mange. Mette er med på å bekrefte dette med utsagnet om at bloggere blir sett opp til av andre, og legger til at de dermed også har et større ansvar. Videre trekker Mette frem at bloggere bidrar til å sette en standard for hva som er kult og trendy.

Mette og Tirils oppfatninger av bloggeres rolle kan tolkes i lys av Hyman (1942) referert i Bø (2006) og hans syn på referansepersoner. Det kan hevdes at bloggere er personer med et utseende, en klesstil, et talent eller en livsstil som andre ser opp til og beundrer (Bø, 2006). Man blir et referansepunkt for sammenlikning av andre, og ut i fra bloggernes karakteristika kan det tenkes at de, som referansepersoner, også har en positiv dragning på andre som man ønsker å imitere (Schiffman et al., 2007). Tiril tilføyer at bloggere også har et større ansvar, noe som kan bety at hun er bevisst på den påvirkningskraften bloggere i dag har på sine lesere, og at man bør gå frem som et godt forbilde. Dette kan bety at de ønsker å fremstå som et trygt referansepunkt overfor sine lesere, og ikke påvirke på en måte som kan ha negative konsekvenser. Som Bø (2006) påpeker om referansepersoner, kan beundring også gjøre blind, og man tillegger seg referansepersonens verdier og holdninger ukritisk uten å granske det noe nærmere.

Som Mette har fortalt ovenfor, kan bloggere være med på å sette en standard for det som er kult og trendy. Kan dette bety at bloggere har fått en rolle som agendasettere i samfunnet? Samtlige informanter har en formening om dette, og dette gjenspeiles i sitatene nedenfor:

Jeg føler de har en rolle akkurat som aviser eller moteblader eller interiørblad, at de skriver nyheter kanskje ikke så populære saker alltid, men de må jo ha noe å skrive om de og. Det er jo på en måte private journalister. –Mone

En burde nesten vært mer kjendis som toppblogger da for det er jo flere som leser den bloggen til Sophie Elise enn som sikkert er inne på VG. –Thea

Det er interessant hvordan Mone sammenligner bloggere med aviser og moteblader, og tillegger bloggere definisjonen *private journalister*, og Thea som tror Sophie Elise, en av Norges største bloggere, har flere lesere enn VG. I lys av dette, kan det tenkes at bloggere i dag har fått en mer sentral rolle som agendasettere i samfunnet. Det er interessant at hun opplever at publikum foretrekker å lese blogg fremfor aviser. Spørsmålet er hvorvidt blogglesere tyr til blogg fordi de oppfatter det som en troverdig kilde for innhenting av informasjon og nyhetsstoff, eller fordi de er mest opptatt av bloggernes meninger knyttet til de sakene media skriver om. En studie har vist at 61,4% leser blogger nettopp fordi de oppfattes som mer ærlige med 50,3 % mer åpenhet (Hewitt, 2005).

Det kan derfor tyde på at informasjonen man finner på blogg oppfattes som troverdig blant blogglesere, fordi det i større grad er en kilde til subjektiv informasjon der leseren får et innblikk i bloggerens personlige meninger knyttet til nyhetssaker. Dette betyr ikke at bloggere er en mer troverdig kilde av nyhetssaker, men at bloggere har oppnådd en kredibilitet overfor sine lesere gjennom sin åpenhet, og de oppfattes derfor som mer troverdige (Retteberg, 2008). Sett i lys av bloggernes rolle som referansepersoner, er det slik at desto større troverdighet man har til avsender, desto større virkning har man også på mottaker, noe som kan forklare hvorfor flere i dag antas å lese Sophie Elise fremfor VG. Bloggere vil derfor, i likhet med referansepersoner, kunne ha en sterk innvirkning på effekten av budskapsspredning (Hogg og Vaughan, 2002). Det kan også tenkes at lesere på sin side forventer at bloggere skal uttale seg om, og uttrykke sine meninger om nyhetssaker i de tradisjonelle mediene, og at de heller er med på å kaste nytt lys på medias nyhetssaker.

Blogs depend on the journalistic resources of big media [...] What blogs do is to provide the best scrutiny of big media imaginable – ratching up the standards of the professionals, adding new voices, new perspectives and new facts (Sullivan referert til i Hewitt, 2005 s. 76).

Som Sullivan påpeker, har bloggere fått en rolle der de bidrar med nye stemmer, nye perspektiver og fakta, og at det hele hviler på troverdigheten bloggleserne har til dem (Hewitt, 2005). Det kan tyde på at bloggerne, gjennom sine innlegg, bidrar til å knytte meninger om hva som er bra, dårlig, kult og trendy, og de påvirker deretter hvordan andre oppfatter et fenomen og hvilke meninger som skal knyttes til fenomenet.

#### 4.2 Opinionsledere

Et annet aspekt enkelte informanter trekker frem knytter seg til deres sentrale rolle i markedsføringen av produkter.

Jeg tror de har fått en mer tydelig rolle for markedsføring, men annet enn det så vet jeg ikke. – Tine

Mange er jo forbilder. Man kan snakke om at de har masse makt i samfunnet i dag. Man ser at alt og alle vil bruke de til å fronte produktene sine, og alt mulig. –Maiken

I den sammenheng med at de blir sponset med et produkt og prater om det produktet, så tror jeg lesere har lettere for å velge det produktet i butikken enn et annet et. Fordi bloggeren har pratet om det og sagt at det er bra produkt. Så tror jeg de velger den veien. –Mone

Det kommer frem fra informantene at bloggere har blitt viktigere for markedsføring. Maiken påpeker at bloggere brukes til å fronte produktene sine, og Mone tror lesere ofte velger de produkter en blogger har anmeldt eller frontet fremfor andre produkter. I følge Lazarfeld sin forskning, viser det seg i midlertid, at det ikke alltid er medier som har størst påvirkningskraft i formidlingsprosessen, men opinionsledere (Aalberg og Elvestad, 2012). Forskningen til Lazarfeld har også overføringsverdi til andre sfærer, og hypotesen har i senere tid fått en sentral plass i diffusjonsprosessen (Watts og Dodds, 2007). Effekten hviler på opinionsleders tillit, og den som vinner denne tilliten kan forvente at opinionsleder endrer både atferd og holdninger (Bang, 2006).

#### 4.3 Å fremstå som autentisk

Et viktig aspekt flere informanter tar opp er viktigheten av å fremstå som åpne og ærlige på bloggen, men at det kan være utfordrende å finne en sunn balanse mellom det private og det personlige.

Eksempler på dette gjenspeiles i følgende sitater:

[...] Det er litt rart å si det, men folk er glad i det som er ekte [...] Det er som med Kardashian familien, de har fått til noe. De er filmet på daglig basis og du ser dem i normalt miljø. Du blir med dem i hverdagen hver dag, og det blir som at du er med dem live. Det spørres hva du blogger om, men mange bloggere kan ofte bli ganske personlige. –Mette

Ja, jeg prøver å finne et skille mellom privat og personlig [...] likevel så vil jeg være ekte, så hvis ting er skikkelig dritt så vil jeg ikke legge skjul på det heller [...] alle trenger ikke vite alt om meg. Jeg har et liv utenom bloggen også. –Tine

Og at jeg vil prøve å fremstå som så ekte som mulig, for når man er ny så er det vanskelig å få til [...] det skinner så godt igjennom hvis man prøver å være noe man ikke er. –Tine

[...] de ser bare en side av meg. Det er litt vanskelig at folk kan tolke deg på en måte, og ser kanskje ikke alt det andre. –Maiken

Som Tine uttrykker, ønsker hun å ha et liv utenfor bloggen som hun ikke deler, men samtidig ønsker hun ikke å skjule det som er dårlig fra leserne sine heller. Hun legger til at det lett kan skinne igjennom hvis man forsøker å være noe man ikke er. Maiken bekrefter dette når hun forteller at folk tolker deg på én måte når de ikke ser det andre som er rundt.

Jeg tolker at informantene har et ambivalent forhold til å fremstå som ekte. På den ene siden ønsker de å presentere sitt *sanne jeg* gjennom personlige innlegg på bloggen, mens de på den andre siden føler det kan få konsekvenser for deres privatliv og de sidene ved seg selv som ikke hører hjemme i offentligheten. Det kan tyde på at informantene finner det problematisk å vite hva de eventuelt skal skjule og avsløre for sine lesere. Når det gjelder selvrepresentasjon i medier, peker Cunningham (2013) på en sammensmeltning mellom den offentlige og den private scenen. Den store økningen av åpenhet i sosiale medier har nemlig gjort selvrepresentasjon til en mer komplisert prosess der det er utfordrende å vite hvilke sider ved seg selv man ønsker å avsløre, gjemme eller forandre på for å skape et positivt inntrykk av seg selv hos andre. Knyttet til dette, viser det seg at enkelte informanter velger å avsløre flere sider ved seg selv enn andre. Dette kommer til uttrykk gjennom Tiril og Thea sine sitater.

Det er ingenting jeg ikke deler, og det er det som er problemet. Det er liksom derfor jeg får så mye telefoner fra slekt som sier at jeg må slappe av. Jeg vil dele, for det er ikke noe jeg har opplevd som ikke passer å legge ut på bloggen [...] –Tiril

Men så henger det litt igjen fra foreldra våres sin norm om hva de mener er rett og galt. Det kan du si, men du kan ikke si det, og du kan ikke være deg selv som pappa mente når jeg som det var så ærlig. Hva om det da følger etter meg senere i livet og jobb, men dersom det gjør det så vil jeg ikke ha den jobben jeg. –Thea

Av sitatene fremgår det at de har et ønske om å være åpne og ærlige på bloggen, men at det kan bli for mye av det gode. Tiril forteller at det er ingenting hun *ikke* deler, og for Thea er det ikke så viktig å følge andres normer for hva som er rett og galt. Det jeg finner interessant er hvordan Tiril forteller at hun deler alt. Slik jeg ser det vil det alltid være aspekter en leser ikke får se når man ikke er fysisk tilstede hjemme hos bloggeren og får med seg hva som foregår på jenterommet. Leseren får kun tilgang til bloggerens digitale representasjon av seg selv og det bloggeren velger å dele, og derfor vil det alltid være aspekter bloggeren vil holde skjult for leseren. Ut i fra det Tiril forteller, tolker jeg det slik at Tiril heller anser seg for å være en blogger med færre hemninger, noe som også bidrar til at hun føler hun deler alt – hun vektlegger en autensitetsnorm. Dette betyr ikke at hun er dønn ærlig og deler alle sine innerste tanker på bloggen. Såpass ærlig er man selv ikke med sin egen kjæreste, men hun virker å være klar over at hun er en type blogger som deler mer enn andre.

I lys av Goffman's (1992) forståelse av inntrykksstyring, kan man se på blogg som en teaterscene der bloggeres personlighet og identitet kommer til uttrykk. Bloggerens

fasadeområde er der de opptrer ovenfor sitt publikum, og bloggen er deres scene. Det som utspiller seg foran publikum utgjør bloggerens *frontstage*, mens det som foregår i det skjulte er bloggerens *Backstage*, også kjent som *bak fasaden*. Som det kommer frem av informantenes sitat over er det viktig for bloggerne å vise de sidene av seg selv som gjør at de fremstår som er ekte. Jeg tolker at denne ektheten informantene snakker om handler om å tilby leserne noe originalt. Som blogger vil du at din egenart skal skinne igjennom og si noe om hvordan du er som person bak skjermen. Du vil vise ovenfor leserne at også du er et menneske med innerste tanker, følelser, frykter og feil, slik at leserne i større grad kan sammenligne seg med deg, og det blir viktigere å vise sider bak fasaden for ikke å virke overfladisk og for å kunne knytte relasjoner med de som leser. Tine påpeker i sitt sitat at *det skinner så godt igjennom hvis man prøver å være noen man ikke er*. Kanskje er denne ektheten informantene er så opptatt av en måte for blogger å unngå at leserne skaper vrangforestillinger om bloggeren på?

Cunningham (2013) trekker frem at når individer er *backstage*, så senker de nemlig sin fasade og opptrer mer autentiske når de ikke er i en rolle. Derfor kan det, basert på Goffman's teori, virke som om bloggeres *frontstage* og *backstage* er tvetydig. Bloggleser får også et innblikk i bloggerens liv bak fasaden.

I lys av Goffman's teori kan en hevde at noen bloggere velger å dele mer av seg selv for å oppfattes som mer autentisk hos leseren, men bloggeren avgjør likevel hvilke sider som skal avsløres, forandres eller skjules. På denne måten vil inntrykket bloggleser får av bloggeren bak fasaden kunne være konstruert og tilrettelagt. Dette kan sammenlignes med at bloggere som i dag viser bilder av seg selv usminket, likevel har kontroll på hvilke bilder som postes eller ikke postes, redigering av lys og lignende. Det viktigste er at det overfor leseren fremstår som autentisk og ekte. Problemet som oppstår når man velger å vise seg bak fasaden er likevel å balansere graden av privat og personlig.

#### 4.4 Å skape en plass for refleksjoner og selvutfoldelse

Informantenes hovedgrunn til å opprettholde en åpenhet på bloggen henger sammen med den sosiale praksisen ”å blogge”. Her vektlegges fordeler som å komme i kontakt med

likesinnede, samt å skape rom for refleksjon og selvutfoldelse (Boyd, 2006). Enkelte informanter forteller at personlige innlegg kan berøre andre.

Jeg skrev en personlig opplevelse om mobbing, og det er jo veldig sterkt og berører mange, men det var litt skummelt å poste det, fordi man bretter på en måte ut en sårbar side av seg selv, og hvem som helst kan på en måte komme tilbake med kritikk. Og når man skriver noe som er sårbart så er man mye mer åpen for kritikk. –Mette

Tilbakemeldingen jeg fikk var at det var mange som kunne kjenne seg igjen i det jeg skrev. Jeg var ikke alene. Det er liksom det at det jeg følte jeg opplevde var mer normalt enn det jeg følte på en måte. –Mette

Av sitatene går det frem at Mette har postet et privat innlegg der hun skrev om sine egne opplevelser med mobbing. Personlig opplevde hun at mobbing var noe som berørte mange, og det ble ekstra sterkt å dele. Hun opplevde, gjennom innlegget, at hun plasserte seg selv i en sårbar posisjon og fryktet kritikk, men tilbakemeldingene viste seg å være positive. Flere lesere kunne fortelle at de kjente seg igjen i Mette sine fortellinger, og hun opplevde å få en bekreftelse fra sine lesere. Retteberg (2014) påpeker at blogg har blitt en plass der man kan dele sine refleksjoner og tanker og få tilbakemelding fra andre likesinnede. Basert på informantenes fortellinger kan det virke som om blogg i dag har blitt en plass som åpner opp for å dele tanker og meninger med andre og gir bekreftelse på hva som er normalt og ikke både for leserne og bloggeren bak innleggene. Dette er det også flere av informantene som kan bekrefte:

På et innlegg delte jeg at jeg hadde fått en sykdom, og at jeg følte meg annerledes med den sykdommen. Da var det ikke så mange som hadde hørt om den, så når jeg skrev om det så var det var det mange som syntes det var godt å lese fordi de gikk igjennom det samme [...] – Mone

Jeg skrev mindre og mindre om privatlivet mitt, og at det ble mer og mer ren moteblogg. Jeg fant ut at jo mer jeg skrev om privatlivet mitt, jo mer ble utlevert om meg, og jo mer kjente folk igjen meg som ikke jeg kjente, og det er en litt skremmende tanke. –Mone

Av det Mone forteller, kommer det frem at også andre fant hennes innlegg gode å lese fordi de selv kjente seg igjen i Mone sine egne opplevelser. Selv om innlegget ble tatt godt imot av leserne, følte hun likevel ikke for å poste flere slike innlegg. Tanken på at ukjente personer skulle kjenne henne igjen og vite personlige ting om henne var skremmende. Selv om det i dag er mange personlige bloggere som skriver om sin kamp mot en alvorlig sykdom, kan det virke som det er selve intensjonen med bloggen som spiller en sentral rolle når det kommer til



innleggenes grad av personlig karakter. Dersom du skriver en blogg av den grunn at du ønsker å dele dine erfaringer og komme i kontakt med likesinnede som går igjennom det samme som deg som en form for terapi, blir det selvsagt viktig med åpenhet og følelser fordi det er det leserne forventer. Hvis man som blogger, starter en moteblogg med intensjon om å gi leserne tips og råd om trender, vil nok terskelen for å åpne seg opp rundt sitt privatliv være høyere, nettopp fordi leseren ikke forventer dette av denne bloggeren. Dette kan også forklare hvorfor Mone, som jo er en moteblogger, følte det var skremmende å åpne seg opp om sin sykdom på bloggen.

Basert på Mette og Mone sine erfaringer knyttet til å avsløre mer personlige sider av seg selv på bloggen, viser det seg at bloggen blir en møteplass der man i et fellesskap med likesinnede deler refleksjoner og bygger seg en identitet og et selvilde gjennom tilbakemeldinger fra andre (Bø, 2006). Jeg tolker at bloggen har blitt en plass der man kan samle meninger og refleksjoner, og til slutt sette en merkelapp på hva som er normalt. Bloggen blir et sted der man diskuterer majoritetens syn på normalitet og den utgjør en målestokk på hva som er rett og galt. Det blir en plattform man tyr til når man er usikker på hva som er det rette normen (Bø, 2006). Dette gjenspeiles spesielt i Mette sitt sitat der hun forteller at andres tilbakemeldinger gjorde at hun selv følte seg normal.

#### 4.5 Oppsummering

Knyttet til oppgavens første problemstilling om hvordan bloggere oppfatter sin egen rolle, har det kommet frem i analysen at bloggeres roller er varierte. Jeg har identifisert fire aspekter ut i fra informantenes fortellinger som viser at (1) bloggere har fått en rolle som referansepersoner som blir et punkt for sammenligning for andre (2) bloggere har fått en sentral rolle i diffusjonsprosessen som opinionsledere i markedsføring og reklame (3) autensitet er en viktig forutsetning som blogger, likevel har de et ambivalent forhold til å fremstå som ekte, der utfordringen er å finne balansen mellom privat og personlig (4) bloggen spiller en stor rolle for ungdom i en utviklingsprosess og selvtutfoldelse. Som dette analysekapittelet har belyst, har bloggere betydning for sine lesere gjennom sin sentrale plass i ungdommers sosialisering, konstruksjon av egen identitet og utviklingsprosess. Disse rollene kan videre ha betydning for bloggernes evne til å påvirke andres atferd og holdninger og igjen sin egen makt til å nyansere kroppspres. Dette diskuteres i neste analysekapittel om påvirkning og makt.

## 5 Bloggeres påvirkning og makt

---

Jeg har nå undersøkt informantenes oppfattelse av sin rolle som blogger. Et annet sentralt aspekt knyttet til bloggernes roller, er deres evne til å påvirke andres holdninger og atferd. I dette kapitlet er det derfor interessant å undersøke hvorvidt informantene er bevisst på sin egen påvirkningskraft og makt og på hvilken måte de kan bruke den til å nyansere dagens kroppspress.

### 5.1 Bloggeres påvirkningskraft

Det første sentrale momentet knytter seg til bloggernes bevissthet omkring sin egen påvirkningskraft. Det er interessant å kartlegge om informantene opplever å ha påvirkning på andre når jeg senere i analysen skal analysere bloggeres evne til å nyansere kroppspress. Det er variasjon i informantenes sitater knyttet til deres påvirkningskraft. Dette belyses i sitatene under:

[...] jeg ønsker å bruke bloggen min til å skrive om det som faller meg inn om hverdagslige ting som tips og trening og tips om mat og mote og fine bilder og reise og sånne ting. Og ikke som et verktøy for å påvirke så veldig, mer som en hobby til inspirasjon. –Tine

Tine påpeker at hun ikke vil bruke bloggen som et verktøy for å påvirke, men som en plattform der hun deler tips til inspirasjon gjennom fine bilder. Som diskutert i kapittel 4 har blogg fått en sentral plass for inspirasjon, men et tydelig skille mellom å inspirere og påvirke er vanskelig å definere. Uavhengig av intensjonen eller baktanken til avsender, kan observasjon nemlig bidra til å skape falske forventninger og vrangforestillinger om hva som er normalt (Bø, 2006). På tross av Tines intensjon med bloggen ikke var å påvirke, vil det kanskje være nærliggende å tenke at bloggen også har påvirkningskraft på andre dersom hun lykkes i sin inspirasjon? Et siste moment jeg velger å trekke ut fra Tines sitat er hvordan hun virker å være bevisst på at lesere tolker forskjellig. Kanskje gjør dette henne mer restriktiv til hva hun velger å poste og ikke. Flere informanter uttrykket seg om forsiktighet i de følgende sitatene:

De fleste kan jo verken kalle seg psykolog eller journalister, så de skal jo være forsiktige med hva de skriver og hva de poster. –Mone

Det du poster det blir liggende i internettverden for alltid, og du har mye større påvirkningskraft enn hva du tror, så at man må være forsiktig med hva man skriver, enten om det er positivt eller om det er negativt så leser man og tolker man forskjellig enn hva man selv skriver [...]. –Mone

Jeg finner det interessant hvordan Mone påpeker at bloggere hverken kan kalle seg psykologer eller journalister, og at de derfor må passe på hva de poster og skriver. Videre forklarer hun at det man poster blir liggende på internett for alltid, og at man som blogger har større påvirkningskraft enn man tror. Et annet moment som kommer frem er Mones bevissthet rundt bloggernes påvirkningskraft, og hvordan den kan være større enn hva man selv er klar over. Som hun sier, må man være forsiktig med hva man skriver. På den måten er det naturlig å tenke at antall blogglesere avgjør bloggerens påvirkningskraft, fordi bloggeren har gjort seg kjent, og på denne måten får en større leserskare. Likevel har undersøkelser vist at man ikke trenger å være toppblogger for å ha påvirkningskraft på sine lesere (Camahort, 2014). Som en toppblogger har man antakeligvis gjort seg selv og bloggen kjent, og man får en større leserkrets, men det betyr ikke nødvendigvis at selve påvirkningskraften er styrket. Aspekter som selvtillit, nyttig informasjon og tillit utgjør bloggerens påvirkningskraft, og dersom du som blogger klarer å vise din egenart i tillegg til å gi bloggen en personlig touch, har du også større sjanse for å skape tillit hos dine lesere, som igjen styrker din påvirkningskraft (Camahort, 2014). Videre trekker Maiken frem hvilke aspekter hun ikke ønsker å skrive innlegg om på sin blogg:

Jeg spiser bare sunn mat, og jeg trener masse, men jeg vil bevisst ikke skrive om det fordi jeg ikke vil være med på å påvirke på en negativ måte [...] –Maiken

Basert på det informantene forteller, kan det tyde på en viss tendens til en bevissthet omkring sin egen påvirkningskraft. Ikke bare virker de klar over sin evne til å påvirke andre, men det kan se ut som om det også legger føringer for hva de velger å poste og ikke. Ut i fra sitatene kan det virke som at de ikke har en spesiell agenda med å påvirke, men at de uavhengig av sin intensjon kan påvirke lesere på forskjellig måter ut i fra lesernes tolkninger. Selv om bloggere kan ha blitt mer restriktive i hva de poster for å unngå å påvirke sine blogglesere på en negativ måte, er det viktig å påpeke at leserne også sitter med sine egne meninger, og det er ikke dermed sagt at de vil la seg påvirke av alt en blogger poster. Persepsjonsteori peker her på

hvordan mottakere velger bort de sanseuttrykkene man ikke liker, og at man konsentrerer seg om det man finner interessant og bearbeider kun dem (Schiffman et al., 2007). Blogglesere vil danne sin egen mening om en bloggers budskap, og man selekterer ut det som ikke er relevant og trekkes mer mot det man selv er enig i. På denne måten vil ikke en bloggleser automatisk påvirkes av alt man nødvendigvis eksponeres for, men på en annen side kan bloggeren vinne lesernes tillit gjennom sin rolle som referanseperson og opinionsleder, og vil derfor ha en sterkere påvirkningskraft enn ordinære mennesker.

## 5.2 Når beundring gjør blind – frykt for å skape konformitetspress

I kapittel 4.1 fant jeg ut at bloggere kan karakteriseres som referansepersoner. Det viser seg at de kan fungere som et referansepunkt for sammenligning, og at de på denne måten kan påvirke sine lesere. Det kan tyde på at de, med sin livsstil, mote, utseende eller kropp skaper beundring hos andre, og har en indirekte påvirkning på de som leser. I mange tilfeller kan også beundring gjøre blind, og man tillegger seg de verdier og den atferden referansepersonen har helt ukritisk (Bø, 2006).

Tiril virker klar over lesernes ukritiske forhold til det de eksponeres for når avsender er en person de selv beundrer:

Det øyeblikket du blir noe folk ser opp til så sitter du på ganske mye makt egentlig. Folk tror på det de leser av en eller annen grunn [...] Tenk litt over hvem man velger å tro på på en måte. –Tiril

Tiril trekker frem at bloggere får makt med en gang man blir sett opp til. I motsetning til Mone som mener at bloggere bør være forsiktige med hva de skriver fordi lesere tolker forskjellig, påpeker Tiril at det heller er leseren som må vurdere hva de velger å tro på av det de leser.

Når man sosialiseres online vil man i løpet av denne prosessen oppleve å påvirkes både negativt og positiv av andre, og man eksponeres for forskjellige typer forventninger knyttet til det å være som andre. Noen ganger tolker man budskap etter avsenders intensjon og andre ganger kan man misforstå. Dette kan føre til at man tror noen forventer noe av oss, men avsenders signaler kan ha vært både falske og diffuse, og derfor lar man seg påvirke av en

illusjon (Bø, 2006). I lys av dette, tolker jeg det slik at bloggere har en slags frykt for å skape et fiktivt konformitetspress. Informantene virker bevisste på at det de poster kan skape forventninger hos leser. Dette kan være forventninger som egentlig ikke stemmer overens med det som faktisk forventes. Konformitetspress kommer av ulike årsaker, men det er vist at det er sterkest på unge (Bø, 2006). Som Mone også uttrykker, kan det virke som det er den yngre andelen av blogglesere informantene har i tankene når de er restriktive med egne innlegg. Dette gjenspeiles godt i hennes sitat:

Jeg føler at de som er yngre og leser blogger, ser på instagram og i blader kanskje ikke har kommet til det punktet der de ikke klarer å tenke de må ta de neseoperasjonen for å se sånn og sånn ut. –Mone

Poenget er at bloggere kan tenkes å ha en evne til å styre andres holdninger og verdier utenfra, noe som igjen kan resultere i et forventningspress hos bloggleser. Leser sammenligner seg med bloggeren, og tror at det man ser er fasiten for hvordan man selv skal se ut eller være. Som ungdom er man i en sårbar posisjon når det kommer til konformitetspress. Man er i en prosess for å skape seg en identitet, og er derfor mer usikker på hvilke holdepunkter eller veivalg som bør tas. Ungdom speiler seg i andre for å finne holdepunkter som kan gjøre dem til folk flest. De har et behov for å bli akseptert og sammenligner seg med jevnaldrende som de beundrer og ser opp til. Som referansepersoner blir derfor bloggere en naturlig gruppe for unge blogglesere å forankre sine verdier, sin oppførsel, sine holdninger og karakteristikk i (Bø, 2006). Det kan derfor, basert på informantenes fortellinger, se ut til at bloggere setter restriksjoner på sine egne innlegg frykt for å konstruere en fiktiv virkelighet ungdom må streve for å leve opp til, samt være årsaken til at unge tar valg de i utgangspunktet ikke hadde.

### 5.3 Bloggeres dagsordenfunksjon

Makt forstås som en evne til sosial endring, og handler om relasjoner mellom aktører (Engelstad, 2005). Flere av informantene opplever at bloggere besitter en form for makt.

Ja, absolutt, i høyeste grad. I hvert fall nå i dag. Hvis de har en stor innflytelse og har skrevet mange innlegg der de er samfunnsengasjert så blir det et stort hysteri rundt det, fordi media har blitt litt mer våkne på hvor stor påvirkning de har, så da bruker de bloggere på en måte for å sette ut litt drama. Man kan jo ta Sophie Elise som et eksempel, for uansett hva hun skriver om palmeolje eller noe annet så blir det et stort hysteri rundt det. –Mette

Makt og makt, de påvirker jo i aller høyeste grad. Jo flere lesere man har jo større påvirkningskraft har man og jo større makt har man. –Tine

Sitatene belyser at informantene tror bloggere har makt. Mette trekker frem hvordan bloggere kan skrive innlegg som media velger å skape hysteri rundt, og Tine tror at desto større leserskare man har jo mer mer makt vil man også ha som blogger. I følge Engelstad (2005) hviler makten på troverdigheten andre har til en selv, og som vi har diskutert tidligere, hviler ikke makten til en blogger nødvendigvis på antall lesere og likes, men mer den tillit bloggleserne har til bloggeren. På en annen side kan en større leserskare bety at man som blogger har gjort seg kjent, og en offentlig person media finner det interessant å skrive om. Dette kan bety at bloggere, dersom de har gjort seg kjent nok, kan bidra til å sette saker på dagsorden. Som et eksempel nevner Mette, palmeoljesaken som ble skapt av Sophie Elise. Flere informanter opplever også at bloggere kan bidra til å sette ting på dagsorden:

Ikke makt, det er derfor jeg ser på meg som mer opplysende. Jeg vil få deg til å tenke, jeg vil ikke bestemme at du skal mene ditt og datt. Jeg vil bare få deg til å tenke, også vil jeg gjerne høre svaret dit, men det får jeg ikke. –Thea

Det er interessant hvordan Thea ikke anser seg selv for å ha makt, men anser bloggen som en slags opplysende funksjon. Hun ønsker å få andre til å tenke, men hun vil ikke bestemme hva andre skal tenke. I følge McCombs og Shaw (1972) referert til i Gripsrud (2015) innebærer dagsordenfunksjonen nettopp at man har innflytelse til å bestemme hva publikum skal tenke på, men ikke nødvendigvis hva de skal tenke. Vil det ikke da være nærliggende å tenke at dersom Thea lykkes med å få andre til å tenke, at hun da også besitter en form for makt? Aspektet med at bloggere kan være med å bestemme hva man skal tenke noe om gjenspeiles også godt i Mette sitt sitat nedenfor:

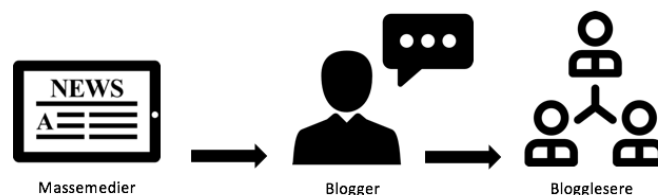
Ja, jeg skrev et innlegg som skulle være morsomt, men som fikk utrolig stor oppmerksomhet [...] Jeg lurer på om det var fordi det var en sak som ikke enda hadde blitt diskutert enda. At folk hadde fått det med seg og gjorde det, men jeg skrev det innlegget på en måte som gjorde det til – Er det normalt eller ikke? Det var to grupper som møtte hverandre i kommentarfeltet og diskuterte mer med hverandre i forhold til det jeg skrev. Det ble en fri spalte der folk kunne dele sine meninger om temaet. –Mette

Mette forteller at et av hennes innlegg fikk mye oppmerksomhet, som hun tror kommer av at det var en sak som ikke var diskutert enda. Innlegget bidro til å skape diskusjon mellom leserne i kommentarfeltet. I motsetning til Mette som skrev et innlegg som ikke var diskutert

enda, mener Mone at bloggere også kan diskutere saker som allerede har blitt satt på dagsorden av tradisjonelle medier.

Bloggere prøver jo å få lesertall og være og snakke om det som er å snakke om nå på en måte, så jeg skjønner jo at hvis de ønsker å forholde seg til det å ha lesertall så blogger de om det som blir pratet om i nyhetsbildet da [...] Noen bloggere ha jo valgt å bli en offentlig person og da er det ofte at de blir spurt om å ha en mening om ulike ting. –Mone

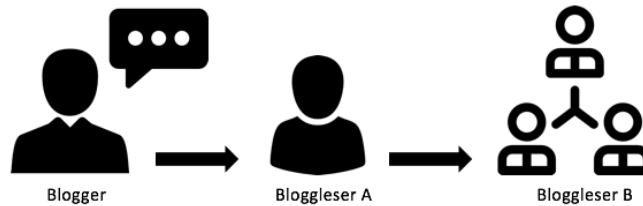
I lys av Lazarfeld sin teori om tostegshypotesen, er det interessant å knytte dette til informantenes sitater. Teorien vektlegger personlig innflytelse som en viktig medspiller i formidlingen av budskap fra mediene. Teorien argumenterer for at noen har vist seg å være viktigere spillere i formidlingsprosessen enn andre og karakteriseres som opinionsledere (Aalberg og Elvestad, 2012). Nyere forskning på tostegshypotesen viser at også opinionsledere kan ha innflytelse på andre opinionsledere, og at mediebrukere kan ha innflytelse på andre mediebrukere (Bang, 2006). I følge McNair (2011) har inntoget av sosiale medier bidratt til at journalister får nye syn og perspektiver på saker de ellers ikke ville gjort. Dynamikken mellom avsender og publikum endres, og maktavstanden mellom avsender og publikum minimeres. Dette visker ut skillet mellom amatører og profesjonelle medieaktører og journalistikken demokratiseres. På samme måte som bloggere er viktige opinionsledere som videreformidler inntrykk fra mediene, er det interessant hvordan også mediene er med på å videreformidle inntrykk fra bloggere, som eksempelvis Sophie Elise og palmeoljesaken. I tillegg kan det virke som om blogglesere også kan fungere som opinionsledere overfor andre blogglesere, gjennom å diskutere saker bloggeren tar opp på bloggen, som Mette belyser gjennom sitt sitat. Figurene nedenfor illustrerer dette.



Figur 2. Tostegshypotesen: Media som avsender og blogger som opinionsleder



Figur 3. Revidert tostegshypotese: blogger som avsender og media som opinionsleder



Figur 4. Revidert tostegshypotese: Blogger som avsender og bloggleser A som opinionsleder

Som figur 1 viser, spiller bloggere først og fremst en sentral rolle som et mellomledd i budskapsformidlingen mellom tradisjonelle medier og sine blogglesere, der bloggerne tolker mediens budskap, for så å påvirke blogglesernes meninger. Figur 2 illustrerer hvordan bloggere i dag også har fått en form for dagsordenfunksjon, der de tar opp saker på sine blogger, som andre medier snapper opp og skaper sine egne nyhetssaker om. Som eksempelet med Sophie Elise og Palmeoljen. Figur 3 viser hvordan også blogglesere får en rolle som opinionsledere, der noen lesere velger å legge igjen kommentarer i kommentarfeltet på bloggen, og bidrar med ny informasjon og andre synsvinkler på saker bloggeren har skrevet om.

#### 5.4 Bloggeres selvrepresentasjon – «Naturlig» perfeksjon

I tidligere kapitler har funn vist at bloggere kan ha fått en rolle som trendsettere med dagsordenmakt i samfunnet, og knyttet opp til dette er det interessant å undersøke hvilke tendenser til trender som dominerer i dagens bloggunivers, samt hvordan disse trendene igjen kan påvirke bloggleserne. Det går frem i sitatene til samtlige informanter at dagens bloggverden er dominert av perfeksjonisme og fokus på skjønnhet.

Hva det gjelder trender innen mote og skjønnhet, så er det gjennomgående at bildene skal være lyse og skarpe, og du skal ha en personlig stil som de går for, og du skal være den klassiske med vakkert hår, og det skal være veldig naturlig ikke sant, både med håret og perfekt makeup. Det er mye perfeksjonisme. –Mette



Det er en trend å bare se naturlig pen ut uten å gjøre noe for det [...] Det er en grunn til at det er en hæshtag som heter #nomakeup. Det er for å skryte. –Thea

Mette forteller at det er fokus på det som er naturlig vakkert og klassisk. Thea underbygger dette der hun forteller om en trend som er å være *naturlig pen* helt uanstrengt. Dette gjør bloggere for å skryte, tilføyer Thea, som mener at dette er grunnen til at det i dag finnes en ”no makeup” hæshtag. Andre informanter har en oppfattelse av at bloggere velger å skrive om det som genererer flest likes og lesere.

Ja, status da. Masse penger, fineste klærne, på seg selv og unger. Alt for å få likes og flere lesere. Det er det inntrykket jeg får. –Tine

Jeg tenker at hvis jeg skulle vært fokusert på å få mange lesere, så tenker jeg at jeg kunne skrevet om trening og kropp og sånne relaterte ting, fordi det er det folk er interessert i nå om dagen. –Maiken

*Penger, fine klær, trening og kropp* er ord Tine og Maiken bruker for å beskrive hvilke aspekter som dominerer i dagens bloggverden. I tillegg forteller Tine og Maiken at det er det som genererer flest lesere og likes. I lys av diskusjonen i kapittel 4 om bloggeres ønske om å oppnå ekthet, samt informantenes sitat ovenfor, kan det tyde på at blogglesere også er opptatt av det som gir status og ser bra ut. Dette er aspekter som utgjør mye av en bloggers *frontstage*. Det kan virke som at de bloggerne som ønsker flere lesere og flere likes tar sikte på å skape trender som tilfredsstillende begge aspekter – både ekthet og perfektjon.

Goffman (1992) sin metafor på selvpresentasjon hevder at når man presenterer seg selv som i en sceneopptreden, ønsker man å gjøre det til det beste for andre. Det kan være en grunn til at bloggere velger å presentere seg selv på bloggen som gjør at de ser helt naturlige ut, men fremdeles vakre. Effekten kan være at bloggleserne tror de er vitne til bloggeren i et naturlig element bak fasaden som helt uretusjert og uredigert, men i virkeligheten har bloggeren tatt grep som er skjult for leser som gjør at de ser vakre ut helt naturlig. Et eksempel som belyser dette er bloggere som velger å legge ut bilder av seg selv uten sminke. På denne måten vil det fremstå overfor leser at *bloggeren ser slik ut til vanlig, helt uanstrengt*, men i virkeligheten kan bloggeren både fikset på lys, kameravinkel og lagt på et filter som er utenfor blogglesers bevissthet. Altså kan bloggere gjennom enkle grep konstruere deler av sin *backstage* slik at den fremstår som mer ekte og naturlig enn det den egentlig er. I kapittel 4 diskuterte jeg

hvordan bloggere er opptatt av å fremstå som ekte. Det er derfor interessant hvordan trender som skapes av enkelte bloggere kan bidra til å lure leser til å tro at de er autentiske og ekte, men at det i virkeligheten minner mer om en iscenesatt form for virkelighet. Kan man egentlig påstå at bloggere viser seg bak fasaden med sitt usminkede ansikt hvis de har tatt skjønnhetsoperasjoner, har på falske øyenvipper og justert lysstyrken på sine sminkefrie bilder – hvor autentiske er de egentlig? Dette kan knyttes til Bourdieu (1996) sitt begrep om symbolsk makt, der man har evnen til å konstruere virkeligheten og forme andres holdninger og tanker. Dette kan igjen ha konsekvenser for leserne, der bloggerne tillegger seg noe de egentlig ikke har, og kan skape stereotypiske oppfatninger om ungdom som gjør at mange ungdom i dag strever etter å leve opp til vrangforestillinger om det som er normalt (Bø, 2006). Dette kan bekreftes av Thea, og gjenspeiles i sitatet nedenfor:

Man skal jo vise det perfekte da. Det perfekte skal alltid vises [...] Det er jo folk som leser blogger som streber etter å bli som bloggeren, også tror de at det er normalen. Det er sikkert her jeg skiller meg ut. Jeg ikke normal, og jeg er ikke perfekt. Altså, jeg er perfekt til å være meg, men feilfri, det er jeg ikke nei! –Thea

Akkurat nå er det mye kroppshysteri kjenner jeg. Mye om de forskjellige operasjoner eller botox og silikon og alt det de driver med. –Mone

Svarene er riktig nok ikke basert på informantenes egne blogger, men det er deres oppfatning av hva som dominerer i bloggverden i dag. En av informantene går også nærmere inn på hva dette fokuset gjør med de som blir eksponert for det. Thea nevner at det perfekte bildet er noe blogglesere streber etter fordi de anser det de ser på blogger for å være normalen.

Mennesker er vanedyr og ønsker ikke å avvike fra normalen. Derfor kan det for øvrig tenkes at det sitter en usikker blogger bak sin egen blogg som igjen sammenligner seg med andre bloggere, og er redd for å avvike fra den standarden som er satt for kropp og utseende i bloggverden. Bloggere tar i sin tur grep for å forholde seg til den sosiale normen for kropp og utseende, som i ekstreme tilfeller kan innebære skjønnhetsoperasjoner, injeksjoner og andre drastiske skjønnhetsfremmende tiltak som er med på å perfeksjonere sin selvrepresentasjon. Dette kan i sin tur konstruere en form for iscenesatt virkelighet bloggleserne streber for å leve opp til.

## 5.5 Normativ påvirkning

Når vi snakker om normer kan det forstås som det flertallet av befolkningen anser for å være normalt, eller hva som er ansett for å være normalt i en gitt kontekst eller i en viss situasjon. Sosiale normer kan bidra til å utøve innflytelse på individers atferd og holdninger, og er sterkest på de individer som er usikre på hva som er rett måte å tenke og handle på (Bø, 2006). Knyttet til oppgavens problemstilling, er det interessant å undersøke hvorvidt bloggere som normsendere kan bidra til å endre den sosiale normen for hva som er normalt innen utseende og kropp slik at det senker dagens forventningspress på ungdom.

Først og fremst ønsket jeg å kartlegge hva slags oppfatning informantene har når det gjelder hvilke faktorer som bidrar til å skape kroppspress. Dette kommer frem i følgende sitater:

Jeg tror ikke det er familie og venner, i hvert fall ikke sånn jeg opplever det [...] Men tv, media, slankepiller, tv og bloggere. –Tiril

Jeg vil si at media har mye av skylda for det da, og det med at man skal være så fin og flott. Det er veldig mye på covers, reklame og i sosiale medier, der alle er så utrolige plettfriske. Det sender ett visst budskap - hvis du ser sånn ut så har du løst alle dine problemer, og da er du perfekt og kan bli godtatt i samfunnet. –Mette

Samtlige av informantene tror media har mye av skylden for dagens kroppspress. Tiril tror også bloggere er med på dette. Mette påpeker at reklame og sosiale medier fokuserer på å perfeksjon, og hvis du er perfekt så blir du godtatt i samfunnet. Det informantene uttrykker er med på å bekrefte diskusjonen i kapittel 5.2 der bloggere bidrar til å skape et forventningspress blant ungdom som skaper vrangforestillinger om den sosiale normen om utseende og kropp. Dette gjenspeiles godt i sitatet til Thea og Tine nedenfor:

De som tagges og skal vise hvor perfekt de er naturlig kan være med. Hvis de som hadde sett på ikke hadde sittet igjen med det inntrykket av at ”Å, du er så fin uten sminke, og det er ikke jeg” så hadde det vært annerledes, så derfor er det vinklingen til personen som gjør det, også er det media, det kunstige samfunnet [...]. –Thea

Sosiale medier, og at folk fremstiller alt så perfekt. –Tine

De som skal tagges skal alltid vise hvor perfekte og naturlige de er, påpeker Thea. Hun tilføyer også at dersom den som blir eksponert for slike innlegg ser at andre er naturlig pene uten sminke og sitter igjen med en følelse av å ikke være fin nok selv, kan det i sin tur bidra til å skape et press på kropp og utseende. Hun påpeker også at avsenders vinkling og det

kunstige samfunnet er med på å skape dette, som tyder på at hun er bevisst på hvordan det som fremstilles i media kan være iscenesatt og konstruert. Mone tror dette kan ha konsekvenser for andres atferd.

Det er vel det perfekte bildet, idealet og kroppsidealet- den livsstilen. Det er mye med tanke på når bloggere skriver at de har tatt en nesejobb eller puttet restylane i leppene, så tror jeg det har veldig stor påvirkningskraft, fordi lesere kan begynne å tenke at de skal gjøre det selv, og dette setter tanker i hodene deres om å gjøre noe de ellers ikke hadde valgt å gjort [...]. –Mone

Jeg føler at de som er yngre og leser blogger og ser på instagram og i blader, at de ikke har kommet til det punktet at de ikke klarer å tenke det, og heller tenker at de må ta den nesejobben for å se sånn ut. –Mone

Mone påpeker at det er et perfekt ideal som skaper kroppspress, og hun tror bloggere har stor påvirkningskraft når det gjelder utseende og kropp. Derfor tror hun selv at bloggere som skriver om neseoperasjoner eller restylane i leppene kan få andre til å ville gjøre det samme, selv om det i utgangspunktet ikke var noe de hadde tenkt på i forkant. På bakgrunn av økt individualisme og globalisering, kan dette ha bidratt til at man i dag konkurrerer og sammenligner seg med flere enn man gjorde før inntoget av sosiale medier. Dette kan igjen bidra til å skape en større usikkerhet omkring det som er den rette sosiale normen knyttet til kropp og utseende, og det er derfor normer kan feiltolkes (Lapinski og Rimal, 2005). På den ene siden kan det være positivt med bloggere som ikke legger skjul på sine skjønnhetsfremmende tiltak, slik at at blogglesere ikke lever opp til en illusjon. Tidligere i denne analysen ble det gjort rede for hvordan blogglesere selekterer det de velger å rette sin oppmerksomhet mot og ikke, og at de ikke automatisk påvirkes av alt de leser eller eksponeres for. Likevel er det uklart hva som skjer når flere og flere bloggere velger å åpne seg opp om sine skjønnhetsfremmende tiltak.

Det kan tenkes at ungdom som er under normforvirring bruker bloggere som en kilde til å kartlegge hva som er fellesnormen for kropp og utseende, og på den måten kan bloggere karakteriseres som normsendere. Selv om leser vet at bloggeren ikke representerer eller ønsker å være normsendere, så vil de bevisst eller ubevisst fremstå som idealer likevel, på samme måte som man ubevisst påvirkes av reklame. Når det kommer til normativ påvirkning finnes det to forklaringer. Den ene er informativ påvirkning som gir en informativ forklaring på om det man ser eller hører faktisk står i samsvar med virkeligheten. Den andre er normativ påvirkning, og går i en retning mot andres forventninger og konformitet (Bø, 2006). I lys av

tidligere diskusjon, kan det tyde på at bloggere har mer en normativ tilnærming til påvirkning enn informativ. De tar mer sikte på å opptre konformt etter et behov for å bli likt og akseptert av sine lesere fremfor å vise virkeligheten slikt den egentlig er. Likevel er det ikke unormalt at bloggere i dag velger å åpne seg opp om sine skjønnhetsfremmende tiltak, som eksempelvis neseoperasjoner, fillers i lepper eller silikon i puppene, og avslører på denne måten sider av seg selv som forteller hva som er ekte og ikke. Et eksempel kan være en blogger, som på sin blogg avslører at hun har fillers i leppene. Det som er usikkert er hvorvidt dette bare er med på å normalisere skjønnhetsoperasjoner enda mer, eller om det gir leser en følelse av lettelse fordi de forstår at det de streber etter er en illusjon.

Spørsmålet videre blir hvordan bloggere fremgår som normsendere, og hvorvidt de kan bruke denne rollen til å endre normer for hva som er en normal kropp. Dette kan diskuteres nærmere i lys av sitatene under:

Jeg ville prøvd å si at folk faktisk ikke ser så perfekte ut, og vist at alle er normale på sin måte. Det er ingen som er perfekte og et perfekt idealbildet finnes jo ikke. Dette ville jeg gjort for at flere skal kjenne seg igjen i det og flere skal kunne tenke at det ikke finnes noen som er perfekte. –Mone

[...] (ei venninne av Tiril) Hun er sånn du hater når du ser henne. Men så la hun ut sånn, se jeg har strekkmerker, cellulitter, jeg ser ut som roadkill på morgenen og det var sånn, fy faen så deilig! Det funker bra for meg [...] Det gir meg så mye, og det er ikke fordi man tenker sånn *åh, du er så stygg*, men fordi det er godt å se at hun er ikke strøken året rundt. –Tiril

Som det kommer frem av sitatene, ville Mone forsøkt å fortelle sine lesere at det ikke finnes et idealbilde. Tiril bekrefter gjennom egne erfaringer at også hun setter pris på å se en mindre perfekt side av andre. Hun legger til at det er godt å se noen vise seg fra en side som ikke er fin og flott, nettopp fordi det gjør noe med henne selv å se at også andre kan se ustelte ut til tider.

I lys av Goffman (1992) og hans begrep om selvpresentasjon, kan det virke som informantene hadde valgt å vise en mer imperfekt side av seg selv for å ta et oppgjør med det perfekte idealet. Det kan tyde på at informantene i dag ønsker å vise en mer «sann» form for ekthet gjennom å eksponere de mindre glamorøse sidene av seg selv for å ta oppgjør med et ideal som ikke eksisterer. Det er interessant hvordan Tiril selv følte en lettelse når hun så en venninne vise sine cellulitter og strekkmerker. Bø (2006) forklarer at det er normalt å kjenne

på en lettelse når man innser at man ikke trenger å følge den sosiale normen for å være normal. I lys av dette, kan det tenkes at bloggere bør dele mer av sitt *sanne jeg* overfor sitt publikum for å utvide målestokken på den sosiale normen for utseende og kropp. Kanskje kan det bidra til å senke kravene andre streber etter å innfri. Det kan tenkes at den normative påvirkningskraften en blogger i dag har, bør få en mer informativ karakter, hvor bloggeren viser sider av seg selv som står mer i stil med virkeligheten slik den egentlig er.

## 5.6 Mediene skaper uklare normer

Selv om majoriteten av informantene var bevisste på at bloggere kan fungere som normsendere på en måte som kan ta et oppgjør med dagens uoppnåelige kroppsideal gjennom å åpne seg opp om det som ikke er ekte og heller presentere et mer normalisert bilde på kropp, har én av informantene et ambivalent forhold til akkurat dette.

Jeg føler at ting blir veldig masse snakket om i media, og det vil aldri slutte å være kroppspress hvis ikke alle slutter å si at det er et press. Jeg synes det er vanskelig det der, for sånn som de som har en medfødt fin kropp, de skal ikke få vise kroppen sin i sosiale medier, men hvis noen som har litt større kropp viser seg i bikini, da er det jo så flott. –Maiken

Maiken påpeker at kroppspress er noe som ofte snakkes om i media. Hun tilføyer at kroppspress ikke kan forsvinne når media fortsetter å snakke om det. Én av informantene mener også at media er skaperen av kroppspresset og at de skaper forvirring med sine overskrifter. En annen informant tror mediene vil fortsette å fokusere på skjønnhet og velvære fordi det er en stor business.

Det er jo media som vinner, uansett om man vet hva man bør spise for å komme i form, så kommer media og spis 5 om dagen og gjerne 5 bananer, men media har ikke peiling. De skal bare skape overskrifter. –Thea

Det er jo en stor bransje det her med skjønnhet og velvære liksom, og media vil alltid skrive og skape et syn blant dem som er lesere, ellers har de jo ingen business. –Mette

Mette og Thea mener at media ikke nødvendigvis har peiling på hva de skriver, men at de skriver for overskriftenes skyld, og at en stor del av det som skaper overskrifter innebærer velvære og skjønnhet. Ettersom media har fått en viktig rolle som normsendere, bidrar de til å overføre kunnskap fra generasjon til generasjon og setter fokus på spesifikke områder. De dikterer hva og hvem vi skal oppfatte som viktig gjennom et utvalg og redigering av

hendelser (Bø, 2006). Det kan virke som at når mediene sier at det er kroppspress, så vil det også fortsette å være kroppspress. Når mediene retter fokus mot spesifikke områder som skjønnhet, trening og kosthold, vil man som leser kunne oppfatte det som viktig nettopp fordi det er satt på dagsorden. Dersom media forteller deg at det i dag eksisterer kroppspress, ja da tror du fremdeles at det er noe som eksisterer. Dette henger også sammen med at mediene kommuniserer ulike ting, der du en dag blir tipset om et spesifikt kostholdsråd og et motstridende kostholdsråd dagen etter, noe som fører til forvirring.

Som en motpol til den forvirringen mediene er med på å skape, tror samtlige informanter at bloggere kan bidra positivt til å senke det uoppnåelige idealet som mediene skaper.

Hvis media hadde kunne gått i en retning etter en felles norm, så hadde det vært enklere for oss å være oss selv. Derfor finnes det realitybloggere som kan komme å vekke oss opp og si *hallo! du er ikke nødt til å prøve å være noen andre for å bli akseptert.* –Thea

Hvis bloggere deler innlegg som viser at vi og bare er mennesker, og viser et lite avbrekk fra det perfekte gjennom *hei du, det er sånn her jeg ser ut uredigert.* Det bør de gjøre mer av [...] På grunn av blogger får man på en måte delt sine syn og sine meninger i et større spekter, og folk får pratet og diskutert ting, og man kan legge tema åpne for at det er greit eller ikke greit, om det er kroppspress eller ikke, eller slanking eller ikke slanking [...] I hvert fall tror jeg veldig mange unge kan være sårbare, og det hjelper dem å komme i kontakt med andre. Det er en god påvirkning på folk fordi man viser at det er greit å være normal, i stedet for at jenter sitter på jenterommet og ser på Cosmopolitan og de perfekte modellene der, ser de på en bloggers blogg med bilder av en vanlig jente som bare prøver å være normal. –Mette

Informantene mener mediene kan være en årsak til en normforvirring. Thea forklarer at dersom mediene hadde gått i en retning mot en felles norm hadde det også vært enklere for oss å være oss selv, eller slik jeg tolker det, forstått hva den faktiske sosiale normen for utseende og kropp er, eller kanskje burde vært. Her mener hun at bloggere har en oppgave med å rettlede mediene gjennom å ta et oppgjør med deres ytringer.

En del av bloggernes rolle har blitt å granske de tradisjonelle medienes saker gjennom å bidra med sitt eget syn, nye perspektiver og fakta. Dette har bidratt til et skifte der man endrer standarden til profesjonelle ytrere gjennom en plattform som blogg, der alt hviler på at leseren opplever det som postes på blogg som mer transparent – mer ekte enn de tradisjonelle mediene (Hewitt, 2005). På bakgrunn av at en blogg er en plattform hvor man, sammen med likesinnede, får diskutert temaer, og gjennom åpenhet kan granske de tradisjonelle medienes ytringer om hvorvidt det er kroppspress eller ikke, og hva som er ansett for å være normalt og

ikke. Som Mette påpeker tror hun bloggere kan hjelpe andre gjennom å vise et avbrekk fra det perfekte innimellom. Hun legger også til at en plattform som blogg kan legge til rette for diskusjoner som kan åpne opp for flere syn og meninger på saker som de tradisjonelle mediene tar opp. Her legger Bø (2006) vekt på viktigheten av hvordan nettopp kommunikasjon og åpne og ærlige diskusjoner kan gi unge kjennskap til hverandres tanker og holdninger, og igjen føre til færre feiltolkninger. På denne måten tror hun også ungdom får et sted der de kan møte likesinnede, og at det vil hjelpe å komme i kontakt med andre jevnaldrende ungdom fremfor å sammenligne seg med modeller i magasiner og leve opp til et ideal som egentlig ikke eksisterer. Det har også blitt hevdet at bloggere i dag kan ha fått en større rolle i utviklingen av ungdommers sine selvbilder og identitetsdanning enn eksempelvis magasiner og annen form for reklame (Uglum, 2013). Jeg tolker at bloggere også besitter en form for definisjonsmakt der de bidrar med å sette fokus på spesifikke områder, og de spiller en rolle for hvordan folk oppfatter et fenomen. Kanskje kan de bidra til å endre fokuset som er på kroppspress i dag gjennom eksponering av sitt sanne jeg, og på denne måten spille en rolle for hvordan andre oppfatter seg selv og sitt eget selv bilde. Flere informanter er med på å underbygge dette poenget.

[...] jeg vet at jeg kan bidra mentalt kanskje til andre unge som har et vrangt syn på livet generelt. Det er å komme med noen annet og spytt ut noe andre ikke tør å si, eller å spytt ut noe som ingen nevner. [...] Vi bor i et fritt land med ytringsfrihet, og vi bør bruke den vi som er bloggere [...] Det er det enkleste i hele verden [...] –Thea

Med flere innlegg som normaliserer hvordan folk ser ut og viser at de kanskje ikke bryr seg så mye om reaksjonene og utseende, så vil jeg tro at det blir mer populært å lese om andre ting. – Mone

Basert på det som har kommet frem fra informantene i dette kapittelet, kan det hevdes at mediene kan bidra til å skape normforvirring knyttet til normalitet, skjønnhet og kropp. Informantene tror selv at bloggere kan være viktige brikker som kan legge til rette for diskusjoner og fostre åpenhet blant ungdom for å ta et oppgjør med et uoppnåelig kroppsideal de mener mediene er med på skape.

Utfordringen for leserne er at de har en tendens til å oppsøke informasjon som stemmer med ens egen forhåndsoppfatning, og søker seg til bloggere eller aviser som de er trygge på for å få bekreftet sine antakelser om verden. Når tradisjonelle medier skriver motstridende kostholdsråd eller treningstips annenhver dag som for eksempel: ”Aksepter deg selv og din



egen kropp”, ”Hvordan få flat mage på fire uker” og ”Denne kakeoppskriften må prøves”, så er det kanskje ikke så rart at leseren blir forvirret om hva som er rett og galt. Som Thea har påpekt tidligere i dette kapittelet, burde mediene gå mot en felles norm for å unngå forvirring, og at bloggere kan fortelle omverden at man ikke trenger å gjøre alt mediene forteller for å bli akseptert. Det kan se ut som om Thea mener at mediene forvirrer fordi de sender ut uklare normer, men at bloggere sender ut noe som man kan være mer trygg på. Hun knytter dette opp til folks toleranse, og at folk vil forstå at de ikke trenger å prøve så hardt for å aksepteres.

På en annen side vil bloggen også være en plattform for tips og inspirasjon man søker seg til. På denne måten kan også bloggleser tolke bloggerens budskap som normativ, men fordi bloggere ikke i like stor grad skifter mening fra dag til dag, og fordi man som bloggleser har noen få bloggere man er trygge på og søker deg til, kan de oppleve bloggere som mindre forvirrende, og blogg blir et tryggere sted å hente sin informasjon fra.

De kan styre den normative påvirkningen i en retning fra en illusjon som tradisjonelle medier er med på å skape, mot en norm om kroppen som forteller at det man ser og hører ikke alltid er virkeligheten. Sånn jeg ser det, vil også det fiktive konformitetspresset mange unge kjenner på kunne dempes. Når man begynner å tro at det forventede idealet for kropp er ha en stram mage uten bilringer, trill runde pupper, en cellulittfri bakdel og ingen antydninger til kjærlighetshåndtak, fordi dette ikke er noe de ser i mediene, er det ikke rart at normen for en normal kropp er uopnåelig.

Likevel påpeker samtlige at media alltid vinner, fordi skjønnhetsbransjen er stor business som alltid vil eksistere. De trekker også inn media vil fortsette å skrive for overskrifter ved å si at det er kroppspress. Så lenge kroppspress holdes på dagsorden, vil det også fortsette å eksistere. Det er videre interessant å undersøke om informantene tror kroppspress er noe som kan nyanseres.

## 5.7 Et paradoksalt kroppsfokus

I kapittel 5.4 diskuterte jeg hvorvidt bloggere kan ta et oppgjør med et medieskapt kroppspress. Dette kapittelet vil gå nærmere inn på informantenes syn på deres evne til å

nyansere kroppspress. Dette har informantene varierte syn på, noe som gjenspeiles i sitatene nedenfor:

Jeg tror kroppspress kommer veldig i bølger. Det har kanskje vært mye om det i media nå, så i og med at folk skriver at de er lei kroppspress blir det kanskje mindre prat om det. Men det vil jo alltid være prat om kropp og presset i mote og livsstils bildet i media. –Mone

Jeg tror det da måtte vært fordi alle hadde sluttet å snakke om det egentlig, men det er jo ganske umulig. Altså folk ser ut som de gjør, noen er store og noen er små, det er bare dette snakket rundt det. –Maiken

Vanskelig. Altså kan endres over tid, tror jeg, men samtidig så tror jeg ikke at bloggere alene står om det ansvaret, og etter min mening så har heller Instagram og private personer, bloggere er jo også private personer, men gud og hvermann. Det er kanskje vanskelig å endre hva hver enkelt skal gjøre. Hadde det bare vært å endre bloggere, så kunne man sikkert satt noen restriksjoner på et eller annet vis, men jeg vet ikke. –Tine

Som det kommer frem i sitatene over, virker ikke informantene helt overbevist om at kroppspress kan reduseres. Mone tror det kommer og går i bølger, og varierer ut i fra hvor mye fokus media har på temaet til enhver tid. Maiken tilføyer at folk må slutte å snakke om at det er kroppspress for at det skal kunne gjøres noe med. Kroppspress har nemlig i løpet av årene utviklet seg fra noe som oppstår og utvikles mellom mennesker, til i dag å være noe som skapes av både media, politikere og eksperter, og forsterkes enda mer når det skrives om. Kroppspress har i dag blitt til *noe* som fører til plager på de som utsettes for det, og det har blitt et fenomen som må bekjempes for å kunne ta tak i alt som det er en årsak til psykiske lidelser, spiseforstyrrelser og menstruasjonsforstyrrelser – altså er det mye som må bekjempes, og det blir et fenomen som ikke forsvinner fordi det lever videre gjennom den blesten det får (Engelsrud og Nordtug, 2016).

Som Maiken påpeker, vil folk uansett se ut som de gjør, og legger til at det ikke bare er bloggere som sitter med et ansvar knyttet til dette med kroppspress. Med tanke på at mye av makten i dag i større grad er fordelt på enkeltindivider, vil det være logisk å tenke at det også eksiterer flere mediekkanaler, referansegrupper og personer med makt til å påvirke andre. En økning i individer med påvirkningskraft fragmenterer også makten til å påvirke, og det blir flere som i dag kan bidra til å sette normer. Med andre ord blir det utfordrende for bloggere å nyansere kroppspress på egenhånd når det kontinuerlig dukker opp nye kilder som nærer fenomenet. Tiril tror videre at mye av arbeidet med å nyansere kroppspress ligger på oss selv.

[...] Altså, hvis folk lærer seg å akseptere det man er da. Eller tør å være seg selv. Hvis alle bare hadde akseptert seg selv og gjort noe med det. –Tiril

Lapinski og Rimal (2005) påpeker at når man er usikker på hva som er den faktiske sosiale normen, har man en tendens til å legge skylden på ytre forhold for å skape vrangforestillinger. Videre argumenterer de for viktigheten med å bygge opp egne normsett og internalisere de slik at de blir sterkere. Det å stå til ansvar for å internalisere egne normsett og verdier kan se ut til å bli stadig viktigere i arbeidet med å nyansere kroppspresset. Dette kommer tydeligere frem fra informantenes sitat på spørsmålet om de tror kroppspresset er noe som kan forsvinne. Majoriteten av informantene tror nemlig ikke det er like lett å få det til å forsvinne:

Nei, det tror jeg ikke dessverre. Folk liker å se bra ut, men jeg tror folk har mer aksept for at man er forskjellig, men jeg tror alltid det vil være en liten del der som setter en standard på hvordan eller hva som ser bra ut. –Mette

Nei, det tror jeg ikke [...] Altså det handler om de som blir tatt av kroppspresset tror jeg i bunn og grunn er usikre på seg selv, og da, hvis man skal motvirke det, så må man jo sørge for at folk har bedre selvfølelse også gjennom hele den perioden hvor man vokser opp og kanskje prøver å finne seg selv, for det er da man er mest sårbar tror jeg. –Tine

Nei, det tror jeg ikke. Men jeg tror vi kan rett og slett velge om vi vil involvere oss i det eller ikke [...] Men samtidig så føler jeg at det er veldig viktig med bloggere for eksempel at de faktisk sier ifra hvis de har gjort noe for å se annerledes ut, sånn at folk vet at det til vanlig ikke er sånn de ville sett ut [...]. –Mone

Mette tror ikke kroppspress kan forsvinne helt, men at det i dag er flere som har aksept for at man er forskjellig. Problemet, mener hun, er at det alltid vil være noen som er med på å sette en standard for hvordan man skal se ut. Videre mener Tine at de som kjenner på kroppspresset i utgangspunktet er usikre på seg selv, og at man må sørge for bedre selvfølelse gjennom den perioden man er i ferd med å finne seg selv. I tillegg tror Mone at mye hviler på hva man selv velger å involvere seg i og ikke, og at det blir viktig for bloggere å være ærlige dersom de har fikset på sin egen kropp. I lys av det Mette påpeker, kan det tenkes at det har blitt viktigere for bloggere å være åpne om alt som redigeres og er uekte, slik at ungdom ikke skal påvirkes av en illusjon. Dette henger også sammen med bloggeres potensielle frykt for å skape et fiktivt konformitetspress på ungdom som ble diskutert i kapittel 5.2, og hvordan de ikke ønsker å påvirke på en negativ måte som jeg har diskutert i kapittel 5.1.

Når ytre forhold får skylden for normforvirring, er det viktig som Bø (2006) påpeker, å bygge opp og internalisere egne normsett. Som Tine påpeker, tror hun kroppspress i bunn og grunn handler om at man er usikker på seg selv. Jeg tolker det slik at det er her bloggere som referansepersoner og normsendere kan gjøre seg sentrale. Gjennom sin åpenhet rundt egne skjønnhetsfremmende tiltak, eller andre ”bak fasaden” innlegg, kan det tenkes at de kan ta et oppgjør med et kroppsideal. Dette er noe man for øvrig kan se en trend til allerede. Hvis de lykkes med sine innlegg, kan bloggere bidra til å gi et mer virkelighetsnært inntrykk av hva som faktisk er en normalt kropp, og hjelpe yngre som er i en utviklingsfase til å bygge opp «tryggere» normsett knyttet til sin tilfredshet med egen kropp.

Én informant vektlegger effekten av å la være å snakke om kroppspress. Dette kommer frem i Maiken sitt sitat under:

Jeg tror aldri det kommer til å forsvinne helt, det tror jeg ikke. Men jeg tror det har vært sånn i alle år, selv for lenge siden det med idealvekt, men det som jeg har sett nå det siste året, som at det kommer flere plus- size modeller, og at de ikke bare viser sykelige tynne modeller. Det er jo egentlig en måte å skape kroppspress på det og, at noen sier at det ikke er fint heller. Det er jo folk som faktisk bare ser sånn ut, hvis man bare slutter å snakke om det, og bare lar alle bare være den personen de er, så tror jeg det hadde blitt masse bedre. –Maiken

Ut i fra informantenes sitater fremstår de som ambivalente til hvorvidt kroppspress kan reduseres eller forsvinne. Som Tiril uttrykker, tror hun kroppspresset er noe som kan reduseres, men om det kan forsvinne er flere informanter usikre på. Likevel oppfatter informantene at det har vært mye fokus på at kroppspress eksisterer den siste tiden, noe de tror vil dabbe av når folk blir lei av å høre om det. Basert på dette, kan det være grunn til å tro at saker som omhandler kroppspress har vært og fortsatt er i nyhetsbildet, og at det på den måten bare har styrket kroppspresset enda mer. Når kroppspress settes på dagsorden, fostrer det også meningsdannelse rundt fenomenet, og nettopp dette kan være en grunn til at flere av informantene ønsker at det generelle fokuset på at kroppspress bør reduseres. Spørsmålet er hva slags konsekvenser det får når man velger å ikke ha åpenhet rundt et såpass stort tema. Dette var også noe enkelte informanter grublet over.

Ja, da er det dette med det som er litt komplisert igjen. Dersom man snakker om dette, så går det ikke vekk, og hvis man ikke snakker om det, hva skjer da? Det er to sider av saken. –  
Maiken

Både ja og nei til åpenhet. Det kan jo ingen bestemme, men hvis du er litt fornuftig og vet at du er et forbilde, så bør du bruke den muligheten du har til å nå ut til folk fornuftig og proaktivt. Du sitter jo sett og vis på et ansvar synes jeg, men samtidig så er det ingen som kan fortelle deg det, fordi du er jo sjef over egen blogg [...]. –Tine

Som det kommer frem fra sitatene, kan det også her virke som om informantene er ambivalente. Bør det være fokus på at kroppspress eksisterer, eller bør det reduseres, og hva skjer egentlig dersom man slutter å snakke om det? Tine påpeker at som et forbilde, så burde man benytte seg av den ytringsfriheten man har, og hun legger til at man også har et ansvar som forbilde. Dette kan knyttes til diskusjonen i kapittel 4.1 om bloggers rolle, der de i større grad er bevisste på sin påvirkningskraft på andre og ønsker å påvirke på en positiv måte. Maiken tilføyer at hun ser på dette som noe komplisert. På den ene siden så vil man gjennom å snakke om kroppspress skape mer fokus, og derfor blir det vanskeligere å redusere, men at taushet også kan ha uante konsekvenser.

I dag er våre hverdagstrusler risikoer som er skapt av oss selv gjennom opplysning, tiltak og språkbruk – altså trusler skapes i stor grad av oss selv (Engelsrud og Nordtug, 2016). Det hele kan minne om et paradoks, der mediens overskrifter beskylder bloggere for å skape kroppspress selv om bloggeren hverken har hatt en baktanke med, eller har vært bevisst på at egne innlegg kan skape press i utgangspunktet. Når media forteller at bloggernes bikinikropper, treningsrutiner, kostholdsråd er oppskriften på kroppspress, kan det tenkes at også de blir mer bevisst på sin rolle som et forbilde for andre, og stiller seg i større grad kritisk til sin fremstilling av kropp på bloggen. De bloggerne som til slutt ender opp med å sette restriksjoner på det de poster og skriver, uavhengig om det er å ta et oppgjør med mediens beskyldninger eller ikke, blester da bare fenomenet enda mer. Det er dette som gjør det hele så paradoksalt, og det kan tyde på at det er her mye av problemet ligger. Det som i utgangspunktet er ment for å bekjempe presset, blir igjen en del av problemet. Betyr dette at bloggeres makt bør brukes til å holde tilbake informasjon, og påvirke gjennom sitt fravær for å nyansere kroppspress?

Knyttet til det ambivalente forholdet informantene har til hvorvidt man bør fokusere mer eller mindre på at kroppspress, kan det tenkes at det er sunt for ungdom å åpne opp for diskusjon om dette temaet, slik at selve forståelsen av kroppen kan endres. Slik det kommer frem i Tine og Mone sine sitat, der de legger vekt på viktigheten av å skape seg en egen selvfølelse i de

årene man vokser opp, og heller forsøke å velge hva man involverer seg i. Utenfor medienes sensasjonelle bilder og uttalelser fra eksperter, finnes det kunnskap som mediene ikke inkluderer (Engelsrud og Nordtug, 2016). Bø (2006) vektlegger viktigheten av kommunikasjon for å legge til rette for åpne diskusjoner slik at ungdom får et kjennskap til hverandres tanker og holdninger for å rette opp i vrangforestillinger, og Lapinski og Rimal (2005) argumenterer for at kommunikasjon er en viktig brikke når normer feiltolkes eller man er usikker på hvilke forventninger andre har til seg selv. Her kan det tenkes at bloggere som normsendere kan legge til rette for diskusjoner som kan inkludere flere synsvinkler på hva som egentlig er en normal kropp, slik at ungdom ikke bare forbinder kropp med fenomenet press, men at de opplyses om at man ikke kan leve etter en fasit på kroppen, men i større grad fokusere mer på at kroppen er funksjonell og forskjellig fra person til person. Som også Mette har uttalt tidligere i analysen, kan ikke kroppspress forsvinne helt, men det er viktig med en aksept for at man er forskjellig.

## 5.8 Oppsummering

I dette analysekapittelet har jeg diskutert bloggeres egen oppfatning av sin evne til å påvirke andres holdninger og atferd, og på hvilke måte deres makt kan nyansere dagens kroppspress. Jeg har funnet at bloggere virker å være *bevisst på sin påvirkningskraft*, spesielt på unge som er i en identitetsprosess, og hvordan denne bevisstheten fører til en frykt for å skape vrangforestillinger om hva som er normalt gjennom et *konformitetspress* på kropp og utseende. Videre viser funn at bloggere besitter en form for *dagsordenmakt* som visker ut skillet mellom amatører og profesjonelle medieaktører, og at bloggeres *symbolske makt* belyses gjennom deres evne til å skape en iscenesatt virkelighet. Avslutningsvis har funn vist at bloggere besitter en *normativ påvirkning* der de som normsendere kan bidra til å endre sosiale normer knyttet til kropp og skjønnhet, og hvordan de demper normforvirring gjennom å *granske medienes ytringer*, som de videre mener at skaper et uoppnåelig kroppsideal. Avslutningsvis har analysen diskutert bloggernes *ambivalente forhold til kroppspress* og hvorvidt dette er noe bloggere egentlig kan bidra til å nyansere, fordi kroppsfokus blir et paradoks, der det som er ment som en bekjempelse av kroppspress blester problemet enda mer.



## 6. Konklusjon

---

Utgangspunktet for denne studien har vært å gi innblikk i bloggeres egen oppfatning av sin rolle, samt på hvilken måte de fremstår og vurderer seg selv som normsendere med makt til å nyansere kroppspress. Studien har basert seg på en kvalitativ undersøkelse gjennom dybdeintervjuer, hvor et strategisk utvalg på seks bloggere i alderen 20 – 27 år ble intervjuet. Jeg har undersøkt oppfatningen av deres rolle som blogger og normsender, og på hvilken måte de har makt til å nyansere kroppspress. Jeg vil nå presentere en oppsummering av studiens hovedfunn og forslag til videre forskning.

### 6.1 Hovedfunn

Oppsummering av studiens hovedfunn delt inn etter problemstillingene:

- *Hvordan oppfatter bloggere sin egen rolle?*

Med utgangspunkt i bloggeres fortellinger om sine egne roller, ble det identifisert fire aspekter som gir en dypere forståelse av deres rolle som blogger. Først og fremst viser funn at bloggere kan karakteriseres som referansepersoner for andre. De er med på å sette en standard for hva som er kult og trendy, og skaper beundring hos leserne for sitt utseende, klesstil eller livsstil som lesere har ønske om å imitere. Bloggerne har troverdighet hos leserne når de er en blogger som leserne er trygge på og liker, og i likhet med tradisjonelle medier er de også i økende grad et sted for opplysning. Funnet viser at også bloggere har fått en sentral rolle som opinionsledere i diffusjonsprosessen, hvor de fungerer som et mellomledd mellom markedsføring og publikum.

Et aspekt som har vist seg å være en viktig forutsetning for bloggernes selvrepresentasjon er autensitet. Utfordringen er deres ambivalente forhold til å fremstå som ekte, der de på den ene siden vil vise leserne sin egenart for ikke å virke overfladiske. På den andre siden innebærer dette i større grad at de må gå ut av sin egen rolle, og gjøre seg mer sårbare. Avslutningsvis viser studien at blogger er sentrale i ungdommers sosialisering og identitetsdanning, der blogg kan bidra til å skape en plass for refleksjon og selvtillit. Bloggen blir et sted der bloggeren kan dele sine tanker og refleksjoner, hvor også blogglesere kan ta del i diskusjoner



om hva som er normalt og ikke. Det blir et sted man tyr til dersom man er usikker på hva som er den rette normen for kropp og utseende.

1) *Hvordan oppfatter bloggere sin egen påvirkningskraft og makt, og på hvilken måte fremstår de som normsedere med makt til å nyansere kroppspress?*

Formålet med denne problemstillingen var å gi en grundigere forståelse av bloggeres påvirkning på andres holdninger og atferd, og deres forståelse av makt. Videre tar problemstillingen sikte på å undersøke hvordan bloggere fremstår som normsedere, og om de har makt til å endre de sosiale normene knyttet til en fellesforståelse av kroppen og nyansere kroppspress.

Som studien viser, er bloggere bevisste på sin påvirkningskraft på leserne. Uavhengig av deres intensjon med å påvirke eller ikke, inspirere eller motivere, forstår de at hver og én leser tolker forskjellig. Dette har ført til at også flere bloggere blir restriktive med hva de skriver og poster på bloggen, fordi de føler de har et ansvar overfor sine lesere. De virker også å være bevisste på at de kan skape beundring hos leserne, og at denne beundringen kan gjøre blind. Derfor blogger de med en frykt for å skape et fiktivt konformitetspress hos sine yngre lesere. Dette innebærer at de er mer oppmerksomme på at feiltolkninger kan forkomme, og at de skaper noen forventninger hos leserne som ikke stemmer overens med det som faktisk forventes.

Videre har oppgaven vist at bloggere besitter en form for dagsordenmakt, hvor deres tradisjonelle rolle som opinionsledere i medias formidlingsprosess har fått en annen posisjon. Fra sin opprinnelige posisjon som mellomledd som videreformidler inntrykk fra mediene, har mediene også begynt å videreformidle saker som bloggere har satt på dagsorden. Funnene viser også at bloggere har makt til å konstruere virkeligheten overfor sine lesere, der de, gjennom sin selvrepresentasjon på bloggen, har kontroll på hva de velger å avsløre eller holde skjult for leser. Som en blogger ønsker man å vise seg fra sin beste side, men de vil også fremstå som autentiske. Med dette som utgangspunkt, eksisterer det i dag en trend i bloggverden som er preget av *naturlig perfektjonisme*. Man skal overfor bloggleserne fremstå som sminkefri og uredigert – og de skal oppfattes som ekte. På denne måten oppfatter leserne bloggeren som mer autentisk, selv om bloggeren likevel har tatt grep som er skjult for leser.

Et godt eksempel på dette er bloggeren Sophie Elise som velger å stille opp sminkefri på forsiden av magasinet DetNye. For leserne fremstår det som ekte, men i virkeligheten har hun på seg falske øyenvipper, selvbruning og har tidligere gjennomgått flere skjønnhetsoperasjoner. Likevel kommer det frem at det ønskes mer transparent innhold på blogger, hvor det fra bloggernes side ikke bør legges skjul på de skjønnhetsfremmende tiltak som har blitt gjort, nettopp for å informere leserne om hva som er kunstig og hva som er ekte. Formålet er å unngå at bloggerne selv er med på å skape en illusjon mange unge i dag strever etter å oppnå.

Studien viser at ungdommer bruker blogg som en kilde til oppklaring når de usikre på hva som er den rette normen for kropp og utseende - og på denne måten fremstår bloggere også som normsendere. Selv om leserne vet at bloggere verken tillegger seg selv den tittelen, eller nødvendigvis har et ønske om å definere normer, vil de likevel bevisst eller ubevisst fremstå som idealer for den som leser, på samme måte som man også ubevisst påvirkes av reklame. På bakgrunn av bloggens karakter - der blogg har blitt en plattform hvor man sammen med likesinnede får diskutert temaer som omhandler normalitet, viser funn at bloggere sender ut normer de opplever som tryggere. Når tradisjonelle medier sender ut uklare og motstridende normer for hva man skal spise eller hvordan man bør trene, kan bloggerne få en sentral rolle. Bloggerne kan spille en rolle for hvordan andre oppfatter seg selv og sitt eget selvbilde, gjennom å oppklare for sine lesere at man ikke trenger å føle seg unormal dersom man har en kvinnekropp med cellulitter, strekkmerker eller valker. Avslutningsvis opplever bloggere å ha et ambivalent forhold til sin makt knyttet til å nyansere kroppspress. Når fokus på et fenomen nærer fenomenet enda mer, skapes det et paradoks – der det som i utgangspunktet er ment for å bekjempe presset, igjen blir en del av problemet. Likevel argumenteres det for at når normer feiltolkes, eller man er usikker på de forventinger andre har til seg, kan bloggere som normsendere, gjennom mer fokus på hva som er ekte og ikke, bidra til å senke disse forventningene. Med sin dagsordenmakt kan de legge til rette for diskusjoner som inkluderer flere synsvinkler på hva som faktisk er en normalt, og bidra med bedre opplysning om at det ikke finnes noen fasit på kropp, for å skape aksept for at man er forskjellige og igjen bidra til å utvide den sosiale normen.

Studien er basert på et ikke-representativt utvalg av bloggere, og resultatene kan ikke generaliseres statistisk. Mine funn gir likevel et grunnlag for videre forskning for å utdype forståelsen av bloggeres makt til å nyansere kroppspress ytterligere.

## 6.2 Videre forskning

Denne studien har fokusert på bloggeres oppfatning av sin egen rolle, samt hvordan de fremstår som normsendere med makt til å nyansere dagens kroppspress. Utvalget har ikke gjort det mulig å sammenligne bloggernes og lesernes oppfatning. Resultatene i denne studien knytter seg til bloggernes påvirkning på sine lesere, og lesernes antatte tolkning av bloggernes budskap. Et interessant utgangspunkt for videre forskning kan være å undersøke hva slags effekt ”bak fasaden”- innlegg kan ha på de som eksponeres for dem.

I denne studien har jeg ikke tatt utgangspunkt i topp-bloggere, og informantene i denne studien har relativt få lesere sammenlignet med en toppblogger. For å utvide studien ville det vært interessant å undersøke *toppbloggeres* oppfatning av sin rolle, og hvorvidt de varierer med en bloggernes lesekare – vil en toppblogger oppfatte sin rolle på en annen måte enn de tendenser som er identifisert i denne studien?

Som tidligere forskning viser, og som denne oppgaven har belyst, er spesielt ungdom mottakelige for press. Som et tredje, og siste utgangspunkt for videre forskning, ville det vært interessant å undersøke hvilke aldersgrupper som i størst grad gjør seg mottakelige for, og er mest tilbøyelige med å internalisere en ny fellesforståelse av kropp etter å ha blitt eksponert for blogginnlegg som forsøker å endre normene for kropp. Som det kommer frem i denne studien, vil man som leser trekkes mot innhold som bekrefter egne antakelser om verden. Vil en endring i selvrepresentasjon på blogg ha best effekt på de unge leserne som i større grad kjenner på et press, eller en eldre aldersgruppe av lesere som har kommet til et punkt der de ikke lenger kjenner på presset i like stor grad, og bare får bekreftet sine allerede eksisterende antakelser om at kropp?

## Tabeller og figurer

Tabell 1 Oversikt over informanter.....	s. 23
Figur 1 Tostegshypotesen.....	s. 19
Figur 2 Tostegshypotesen: Media som avsender og bloggeren som opinionsleder.....	s. 50
Figur 3. Revidert tostegshypotese: bloggeren som avsender og- media som opinionsleder.....	s. 51
Figur 4. Revidert tostegshypotese: Bloggeren som avsender og- bloggleser A som opinionsleder.....	s. 51

# Vedlegg

- Vedlegg 1 – Informasjonsskriv på Facebook
- Vedlegg 2 – Informasjonsskriv til informanter
- Vedlegg 3 – Intervjuguide
- Vedlegg 4 – Meldeskjema

## Vedlegg 1- Informasjonsskriv på Facebook



**Oda Gomnes**

4. mars · Trondheim · ▼

Hei kjære facebookfriends,

Som en siste del av mastergraden min i Medier, Kommunikasjon og Informasjonsteknologi ved NTNU er jeg nå i ferd med å skrive masteroppgaven min. Temaet for oppgaven er hvordan bloggere kan bidra til å nyansere dagens kroppshysteri. Altså, hvordan kan bloggere gjennom ulike tiltak på egen blogg bidra til at dagens kroppspress reduseres?

Du lurer kanskje på hvordan du kan hjelpe meg med dette? Jo, jeg trenger informanter! Mine eneste krav er at vedkommende er over 18 år, og har en egen blogg innen kategoriene "mote og livsstil" eller "trening og kosthold". Dersom du selv føler at du har noe å bidra med innenfor dette temaet, eller kjenner noen som kan være interessert i å dele sin mening hadde jeg blitt veldig glad om du ga meg et vink eller sendte meg en PM 😊

---

Liker

Kommenter

Del

# Vedlegg 2- Informasjonsskriv til informanter

## Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet "Bloggeres evne til å redusere et medieskapt kroppshysteri"

### Bakgrunn og formål

Formålet med denne studien er å undersøke et tema som har stor relevans i dagens samfunn, og som er relevant for mange. Studien vil ta utgangspunkt i om bloggere kan bidra til å redusere det medieskapt kroppshysteriet blant unge jenter og gutter, og hvilke tiltak bloggere kan sette i verk for å redusere dagens kroppspress. Prosjektet er en masteroppgave som skrives i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi ved NTNU Trondheim.

Du mottar denne henvendelsen fordi dette er et tema du som blogger har mye kunnskap og erfaring med, og jeg ønsker å høre hva du kan fortelle meg om dette. Intervjuet vil foregå på tomannshånd mellom deg som informant og meg (student) som intervjuer.

### Hva innebærer deltakelse i studien?

Deltakelse i studien innebærer at du deltar i ett dybdeintervju ansikt-til-ansikt eller via telefon /videointervju, avhengig av geografisk avstand og kapasitet. Spørsmålene du vil bli bedt om å besvare omhandler bloggernes utvikling, din opplevelse av din egen rolle som normsender, bloggers ansvar ovenfor egne lesere, påvirkning på egne lesere og andres blogger, bloggers egen opplevelse av sin rolle i et samfunn preget av kroppspress og tanker rundt tiltak som kan bidra til å redusere et medieskapt kroppshysteri. Data vil registreres via lydopptak og notater, dybdeintervjuet vil ha en varighet på maksimalt 2 timer og gjennomføres kun én dag.

### Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt, og det er kun student som vil ha tilgang til personopplysninger. Informasjonen vil oppbevares på en passord- beskyttet PC i låst skap for å sikre full konfidensialitet. Du som deltaker vil anonymiseres både i rådata og publisering og vil derfor ikke kunne gjenkjennes.

Prosjektet skal etter planen avsluttes **06.06.2016**. Etter gjennomført datainnsamling og transkribering vil alle personopplysninger og lydopptak slettes.

### Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Oda Gornes: tlf. 986 59 613, epost: [odagornes@gmail.com](mailto:odagornes@gmail.com)

Veileder:

Førsteamanuensis Arve Hjelseth: tlf: 735 91 562, epost: [arve.hjelseth@svt.ntnu.no](mailto:arve.hjelseth@svt.ntnu.no)

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

### Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

-----  
(Signert av prosjektdeltaker, dato)

## Vedlegg 3- Intervjuguide

Dette intervjuet vil være helt anonymt, og dataene fra intervjuet vil brukes i en masteroppgave der formålet er å komme kartlegge om bloggere kan bidra til å redusere et medieskapt kroppshysteri. Du kan selvfølgelig trekke deg når du vil, og unngå å svare på spørsmål som du ikke vil eller kan svare på. Ta kontakt med meg i ettertid hvis det er informasjon du ikke ønsker at skal brukes i prosjektet. Intervjuet er delt inn i forskjellige kategorier, og de er som følger.... Jeg er interessert i din oppfatning, og derfor er det viktig at du ikke må føle at du skal svare etter en fasit. Dersom du finner noen av spørsmålene vanskelig å svare på, kan du ta deg betenkningsstid og vi kan komme tilbake til spørsmålet. "Ellers hvis du kommer på noe". Jeg håper det er i orden for deg at jeg tar lydopptak med min mobil/PC.

### 1.Introduksjon:

- Hvor lenge har du blogget?
- Kan du fortelle litt om hva som fikk deg til å begynne å blogge?
- Hva er den viktigste grunnen til at du blogger?

### 2. Bloggers rolle i samfunnet

- Hvordan vil du beskrive din blogg?
  - Hva karakteriserer den? (Fokuserer du på trening, mote, reise, mat, privatliv, hverdag)
- Opplever du å ha påvirkning på dine lesere?
  - Hvis ja, til hvilken grad og på hvilken måte
  - Hvorfor?
- Opplever du at lesere har påvirkningskraft på bloggere, i så fall hvorfor opplever du det?
- Hva tror du selv det er som bidrar til at bloggere har påvirkning på sine lesere?
- Leser du selv blogger?
  - Hvilke typer blogger foretrekker du?
  - Hva er det med disse bloggene har som gjør de interessante for deg?
- Kan du fortelle litt om forskjellen fra da du begynte å blogge og fremt til i dag?
- Kan du snakke litt om det du tror er trendene (å skrive om) i bloggverden i dag?  
(samfunnsengasjement, normalisering, åpenhet?)
- Har du endret noe med bloggen fra du startet til i dag?
  - Hvis ja, hva er den mest merkbare forskjellen?
- Finnes det noen problematiske sider ved å blogge, og i så fall hvilke?
- Opplever du at bloggere har makt?
  - På hvilken måte har de makt?

### 3.Bloggers som normsendere

- Hva slags forventninger hadde du til det å blogge da du startet?
- Har bloggingen stått til dine forventninger?
  - Hvis nei, hva var annerledes?
- Hvis du skulle delt dine viktigste erfaringer med en som ønsker å starte å blogge, hva ville du sagt?
  - Hvorfor mener du det er viktig?
- Hva tror du er din viktigste rolle som blogger?
- Er det ting du velger å ikke dele på bloggen din?
  - Hva, og hvis ja, hvorfor ønsker du ikke å dele dette?



- Er det innlegg du har skrevet som du opplevde som ekstra sterkt, eller viktig å dele med dine lesere? Hva handlet dette innlegget om?
- Hvordan er tilbakemeldingene dine/kommentarene fra dine lesere? (stor grad positive eller negative?)
- Kan du fortelle om et innlegg der du la merke til at dine lesere engasjerte seg ekstra mye gjennom kommentarer og tilbakemeldinger?
  - Hvorfor tror du dette skapte engasjement? -
- Kan du fortelle om noen bloggere du synes er viser mer ”bak fasaden” enn andre?
  - Hvorfor tror du de velger å gjøre dette?
- Kan du snakke litt om hvordan dine lesere er med på å forme bloggen din?
- Opplever du at bloggere skriver innlegg basert på trender?
  - Hvis ja, kan du gi et eksempel på et slikt innlegg?
  - Hva tenker du om at blogger skriver innlegg fordi det er ”i vinden” å skrive om?
- Hva tror du kan være grunnen til at noen bloggere føler det er visse innlegg de må/bør skrive eller uttrykke sin mening om?
- Hva slags forhold har du til dine egne lesere?
- Kan du fortelle om et innlegg som fikk mer negativ feedback fra dine lesere enn andre?
  - Hva slags type innlegg var dette?
- Har du noen gang angret på at du startet å blogge?
- Hva slags rolle føler du bloggere har fått i dagens samfunn?

#### **4. Kroppspress**

- Hvordan opplever du at kroppspresset er blant unge jenter og gutter i dag?
- Hva tror du det er som skaper kroppspress? (media, reklame, bloggere, venner, familie?)
- Har du selv kjent på/ eller kjenner du på dagens kroppspress?
  - Hvis ja, hva er det som får det til å kjenne på presset?
- Føler du at presset har blitt mer eller mindre intenst enn før?
- Hva tror du kan ha bidratt til denne utviklingen?
- Opplever du at bloggere har fått kritikk for å være med på å skape kroppspress?
  - Fortell litt hvordan du opplever dette? Er det riktig eller er det feil?
  - Hvorfor tror du bloggere får kritikk?
- Kan du nevne noe bloggere har gjort som du har lagt merke til som har kan ha en effekt å redusere kroppspress? (bilde, innlegg, video, tanker?)
  - Hvis ja, hva er det de gjør?
  - Hvorfor tror du de gjør dette?
- Husker du hva du tenkte da du så dette innlegget?
- Hva tror du er grunnen til at bloggere velger å skrive/poste slike innlegg?
- Jeg har selv lagt merke til at noen velger å blottlegge egen kropp for å ta et oppgjør med dagens press, og jeg er litt interessert i å høre hva du ville sagt til disse bloggerne om du hadde hatt mulighet?
- Har du selv postet noe på din egen blogg som har hatt direkte fokus på dagens kroppspress som tema, kommer du til å gjøre det?
- Hva inneholdt/ ville inneholdt et slikt innlegg fra deg?
- Hva tror du bidro til at du valgte å poste et slikt innlegg?
- Hva slags respons mottok du?

## **5. Avslutning**

- Tror du kroppspress er noe som kan reduseres?
- Tror du det kan forsvinne helt noen gang?
  - Hvis ja, hva skal til?
  - Hvis nei, hvorfor ikke?
- Hvis du i morgen fikk i oppdrag å bruke din rolle som blogger til å redusere kroppspress, hva hadde du valgt å gjøre?
  - Hvorfor?
- Synes du at fokuset på kroppspresset bør reduseres eller intensiveres?
- Føler du selv at bloggere kan ha evnen til å redusere kroppspress?
  - Hvis de har denne evnen, mener du de bør bruke den mer proaktivt for å motvirke kroppspress, eller mindre og hvorfor?

Da var dette intervjuet over, og jeg har ingen flere spørsmål. Vil takke deg så masse for at du ønsket å stille opp, og husk at du kan trekke deg fra studien selv når du vil dersom du skulle ønske det, og om du har noen spørsmål er det bare å kontakt med meg.

# Vedlegg 4 - Meldeskjema

**Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS**  
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29  
N-5007 Bergen  
Norway  
Tel: +47-55 58 21 17  
Fax: +47-55 58 96 50  
nsd@nsd.uib.no  
www.nsd.uib.no  
Org.nr. 985 321 884

Arve Hjelseth  
Institutt for sosiologi og statsvitenskap NTNU  
Dragvoll  
7491 TRONDHEIM

Vår dato: 22.02.2016

Vår ref: 46791 / 3 / BGH

Deres dato:

Deres ref:

## TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 19.01.2016. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>46791</i>	<i>Bloggere og kroppspress - En kvalitativ studie av bloggeres evne til å redusere et medieskapt kroppshysteri</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Arve Hjelseth</i>
<i>Student</i>	<i>Oda Gomnes</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 06.06.2016, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Vigdis Namtvedt Kvalheim

Belinda Gloppen Helle

Kontaktperson: Belinda Gloppen Helle tlf: 55 58 28 74

*Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.*

*Avdelingskontorer / District Offices:*

*OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no*

*TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no*

*TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@svt.uit.no*

## Referanser

- Andrews, T & Vassenden, A. (2007). Snøballen som ikke ruller. Utvalgsproblemer i kvalitativ forskning. *Sosiologisk tidsskrift*, 15(2): 151-163.
- Bang, T. (2006). *Makt og spinn i mediene*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Biernacki, P og Waldorf, D. (1981). Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. *Sociological methods & research*, (10) 141-163. Hentet fra [http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic536746.files/Biernacki\\_Waldorf\\_Snowball\\_Sampling.pdf](http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic536746.files/Biernacki_Waldorf_Snowball_Sampling.pdf)
- Blog. (2016). *Merriam-Webster Dictionary*. Hentet 29. April, 2016 fra <http://www.merriam-webster.com/dictionary/blog>
- Bourdieu, Pierre. (1996). *Symbolsk makt*. Oslo: Pax.
- Boyd, D. (2006). A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium. *University of California Berkley*, 6(4). Hentet fra <http://www.danah.org/papers/ABloggersBlog.pdf>
- Bø, I. (2005). *Påvirkning og kontroll: Om hvordan vi former hverandre*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Camahort, Elisa. (1. Oktober, 2014). The 2014 BlogHer Woman and Social Media Study: Be Useful. But Be Human. Blogher. Hentet 18. Mai, 2016 fra <http://www.blogher.com/blogher-2014-annual-study>
- Clay, D., Vignoles, V. L., & Dittmar, H. (2005). Body Image and Self-Esteem Among Adolescent Girls: Testing the Influence of Sociocultural Factors. *Journal of Research on Adolescence*, 15(4), 451-477. Hentet 1. Mai, 2016 fra doi:10.1111/j.1532-7795.2005.00107.x
- Cunningham, C. (2013). *Social networking and impression management: Self-presentation in the digital age*. Lanham: Lexington Books.
- Dittmar, H. (2009). How Do "Body Perfect" Ideals in the Media Have a Negative Impact on Body Image and Behaviors? Factors and Processes Related to Self and Identity. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 1-8. Hentet 29. April, 2016 fra doi:10.1521/jscp.2009.28.1.1
- Dittmar, H., & Howard, S. (2004). Thin-Ideal Internalization and Social Comparison Tendency as Moderators of Media Models' Impact on Women's Body-Focused Anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 768-791. Hentet 1. Mai, 2016 fra doi:10.1521/jscp.23.6.768.54799
- Engelsrud, G., Nortug, B. (2016). Vi må slutte å prate om kroppsresset. Hentet 18. Mai fra <http://forskning.no/meninger/kronikk/2016/03/preset-pa-kroppsreset>
- Engelstad, F. (2005). *Hva er makt*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Goffman, E. (1992). *Vårt rollespill til daglig: En studie i hverdagslivets dramatik*. Oslo: Pax Forlag A/S.

- Gripsrud, J. (2015). *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2001). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16. Hentet fra doi:10.1002/eat.10005
- Grogan, S., & Wainwright, N. (1996). Growing up in the culture of slenderness. *Women's Studies International Forum*, 19(6), 665-673. Hentet fra doi:10.1016/s0277-5395(96)00076-3
- Hewitt, H. (2005). *Blog: Understanding the information reformation that's changing your world*. Nashville, TN: T. Nelson.
- Hogg, M.A., og Vaughan, G.M. (2002). *Social psychology*. New York: Prentice Hall. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/blog>
- Identitet. (2015). *Store Norske Leksikon*. Hentet 29. April, 2016 fra <https://snl.no/identitet>
- Ingeborgvik, H. (2013, 1. Desember). *The perfect facade*. Hentet 18. Mai 2016. Fra [http://hedda.blogg.no/1385914974\\_the\\_perfect\\_facade.html](http://hedda.blogg.no/1385914974_the_perfect_facade.html)
- Jeg og samfunnet (2012). *Notatene*. Hentet 29. April, 2016 fra <http://notatene.no/?p=83>
- Karlsen, S., G. (2015, 19. Desember). Blondinbella hylles for innlegg om kroppen etter fødselen. Hentet 3. Mars, 2016. Fra [http://www.kjendis.no/2015/12/19/kjendis/blondinbella/isabella\\_lwengrip/blogg/gravid/42464144/](http://www.kjendis.no/2015/12/19/kjendis/blondinbella/isabella_lwengrip/blogg/gravid/42464144/)
- Kincaid, D. L. (2004). From innovation to social norm: Bounded normative influence. *Journal of Health Communication*, (9), 37-57. Hentet fra doi:10.1080/10810730490271511
- Lapinski, M. K., & Rimal, R. N. (2005). An Explication of Social Norms. *Communication Theory*, 15(2), 127-147. Hentet fra doi:10.1111/j.1468-2885.2005.tb00329.x
- Levine, M. P., Harrison, K. (2004). Media's role in the perpetuation and prevention of negative body image and disordered eating. i Dittmar, H. (2009). How Do "Body Perfect" Ideals in the Media Have a Negative Impact on Body Image and Behaviors? Factors and Processes Related to Self and Identity. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 1-8. Hentet fra doi:10.1521/jscp.2009.28.1.1
- Lövheim, M. (2011). Personal and Popular: The Case of Young Swedish Female Top Bloggers. *Nordicom review* 32(1), 3-16. Hentet 13. Mars 2016 fra [http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/337\\_lovheim.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/337_lovheim.pdf)
- Malt, U. (2009). *Store Norske Leksikon*. Hentet 18. Mai, 2016 fra <https://sml.snl.no/konformitetspress>
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. Oxon: Routledge.
- Nilsen, H. (24. Juni, 2014). *Vis meg kroppen din og jeg skal si deg hvem du er*. Hentet 18. Mai, 2016 fra <http://www.side2.no/helse/--vis-meg-kroppen-din-og-jeg-skal-si-deg-hvem-du-er/8458606.html>

- NRK. (2016, 15. Januar). Nesten 200 000 nordmenn skriver egen blogg. Hentet 5. Mai 2016. Fra <https://www.nrk.no/kultur/nesten-200.000-nordmenn-skriver-egen-blogg-1.12751789>
- Nyansere. (2013). *The Free Dictionary*. Hentet 18. Mai, 2016 fra <http://no.thefreedictionary.com/nyansere>
- Rettberg, J. W. (2008). *Blogging*. Cambridge, UK: Polity.
- Rettberg, J. W. (2014). *Seeing ourselves through technology: How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves*. DOI: 10.1057/9781137476661
- Rettberg, J. W. (2014). *Seeing ourselves through technology: How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves*. Hentet 13. Mars, 2016 fra DOI: 10.1057/9781137476661
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2007). *Consumer Behaviour: A European outlook*. Essex: Prentice Hall.
- Sletten, K. (2015, 11. Mars). Det er tydelig at jeg bidrar til noe positivt. Hentet 18. Mai 2016. Fra <http://www.side2.no/underholdning/--det-er-tydelig-at-jeg-bidrar-til-noe-positivt/8553278.html>
- Thagaard, T. (2002). *Systematikk og innlevelse*. En innføring i kvalitativ metode. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Thagaard, T. (2009) *Systematikk og innlevelse*. En innføring i kvalitativ metode. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Tjora, A. (2013). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Norsk forlag.
- Tørdal, M., T. (2016). Medienes definisjonsmakt. Hentet 28. April, 2016 fra <http://ndla.no/nb/node/79124>
- Uglum, T.S.B. (2013, 4. Mai). Makten til å påvirke. Aftenposten. Hentet 29. April, 2016 fra <http://web.retriever-info.com/services/archive/nextPage>
- VG-TV. (10. Mai, 2016). Slik har du aldri sett Sophie Elise: Blogger Sophie Elise kaster masken. [VGTVs Aktualitetsprogram]. Hentet 19. Mai, 2016 fra <http://kildekompaset.no/referansestiler/apa-6th.aspx>
- Våge, L., Nygren, G., & Stattin, E. (2005). *Bloggtider*. Stockholm: Sellin & Partner.
- Watts, Duncan J., and Peter Sheridan Dodds. (2007) Influentials, Networks, and Public Opinion Formation. *Journal of Consumer Research*, 34(4) 441-58. Hentet fra doi:10.1086/518527.
- Aalberg, T., og Elvestad, E. (2005). *Mediesosiologi*. Oslo: Samlaget.
- Aalberg, T., og Elvestad, E. (2012). *Mediesosiologi*. Oslo: Samlaget.