

**ÄMNEN, INTERAKTION OCH BILDER I
SVENSKSPRÅKIGA LIVSSTILSBLOGGAR**

Mari Manu

Magisteravhandling i svenska

Jyväskylä universitet

Institutionen för språk

Våren 2013

TIIVISTELMÄ

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Humanistinen tiedekunta	Kielten laitos
Tekijä: Mari Manu	
Otsake: Ämnen, interaktion och bilder i svenskspråkiga livsstilsbloggar	
Aine: ruotsin kieli	Maisterintutkielma
Vuosi: 2013	Sivumäärä: 81
<p>Tämän maisterintutkielman tarkoituksena on kuvata ja luonnehtia suomalaisia ruotsinkielisiä elämäntyyliblogeja, joissa käsiteltävät aiheet ovat päiväkirjamaisia ja liittyvät kirjoittajan elämään ja arkipäivään. Kirjoittajat bloggaavat päivittäisessä elämässä ilmenevistä kokemuksistaan, käsityksistään, tunteistaan ja ajatuksistaan. Neljää blogia tarkastellaan aiheiden, kirjoittajan ja lukijoiden välisen vuorovaikutuksen sekä julkaistujen kuvien näkökulmasta. Nämä kolme näkökulmaa analysoidaan niiden muodon ja tarkoituksen mukaan niin, että muoto käsitetään tietyksi rakenteeksi ja tarkoitus tehtäväksi tai merkitykseksi. Aiheet yhdistetään teemakategorioiksi, vuorovaikutus jaetaan vuorovaikutukselliseksi piirteiksi ja kuvat luokitellaan kohteidensa perusteella. Muodoille eritellään lisäksi tarkoitukset, minkä jälkeen luodaan kolme mallia, jotka kuvaavat ruotsinkielisiä elämäntyyliblogeja aiheiden, vuorovaikutuksen ja kuvien näkökulmasta. Aineisto koostuu 390 blogitekstistä, niiden kommentteista ja niissä olevista 932 kuvasta. Kirjoittajina ovat neljä ruotsinkielistä 20-30-vuotiasta suomalaista naista. Tutkimus on kvalitatiivinen ja menetelminä käytetään kahta erilaista sisällönanalyysia sekä aiempaa tutkimusta samankaltaisesta aiheesta.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat, että tämääntyyppistä blogia pystyy kuvaamaan aiheiden, vuorovaikutuksen ja kuvien näkökulmasta. Ilmenevät aiheet voidaan jakaa seitsemään teemakategoriaan, vuorovaikutus viiteen vuorovaikutukselliseen piirteeseen ja kuvat neljään muotokategoriaan. Teemakategorioiden tarkoituksina on luoda aktiivista vuorovaikutusta sekä kertoa omasta elämästä eri näkökulmista. Vuorovaikutuksellisten piirteiden tarkoituksena on niin ikään luoda paitsi aktiivista vuorovaikutusta mutta myös yhteenkuuluvuuden tunnetta. Kuvien muotokategorioiden tarkoituksena on kaksi yhteistä tarkoitusta, jotka ovat näyttäminen ja käsityksen muodostaminen bloggaajasta. Lisäksi muotokategoriasta riippuen tarkoituksia ovat myös kuvitus, esittäminen sekä dokumentointi. Tutkimus antaa viitteitä, että tällaista blogia käytetään omien kokemusten, käsitysten, tunteiden ja ajatusten käsittelyyn.</p>	
Avainsanat: sociala medier, bloggar, livsstilsbloggar, ämnen, interaktion, bilder, form, funktion	
Kirjasto/Säilytyspaikka: Aallon kirjasto	
Muita tietoja:	

INNEHÅLL

1 INLEDNING.....	7
2 SOCIALA MEDIER	9
2.1 Webb 2.0	9
2.2 Användargenerat och användarskapat innehåll.....	10
2.3 Att definiera sociala medier	12
3 BLOGG.....	17
3.1 Bloggens utveckling.....	17
3.2 Typiska drag för bloggar.....	19
3.3 Livsstilsbloggar	21
3.4 Motivation att blogga och att läsa bloggar.....	22
4 SEMIOTIK OCH INTERTEXTUALITET I LIVSSTILSBLOGGAR	27
4.1 Bilder och text som semiotiska och multimodala drag i livsstilsbloggar	27
4.2 Intertextualitetens kontexter i livsstilsbloggar	29
4.2.1 Situationskontext.....	29
4.2.2 Intertextuell kontext	31
4.2.3 Kulturkontext	32
5 MATERIAL OCH METOD	34
5.1 Undersökningsmaterial	34
5.1.1 Lycklig mamma	36
5.1.2 Veteranbloggare	36
5.1.3 Fotoälskare	36
5.1.4 Glad flicka.....	37
5.2 Analysmetoder	37
5.3 Syftet med föreliggande studie.....	40

6 ANALYS	42
6.1 De uppträdande ämnena i livsstilsbloggar	42
6.1.1 Fritid.....	43
6.1.2 Mänskliga relationer	46
6.1.3 Vardag.....	47
6.1.4 Utseende.....	49
6.1.5 Observationer	51
6.1.6 Åsikter.....	53
6.1.7 Bloggande	54
6.2 Interaktionen i livsstilsbloggar.....	55
6.2.1 Hälsningar och önskningar.....	56
6.2.2 Tilltal och frågor	57
6.2.3 Kommentarer	59
6.3 Bilderna i livsstilsbloggar	61
7 DISKUSSION OCH SLUTSATSER.....	68
7.1 Sammanfattande diskussion.....	68
7.2 Metodisk diskussion.....	75
7.3 Förslag till vidare forskning.....	77
LITTERATUR.....	78

1 INLEDNING

Sociala medier har blivit ett synligt begrepp under de senaste tio åren men forskarna är inte eniga om dess definition. Vissa kan betona mer sociala mediers kommunikativa karaktär medan andra anser att innehållet är det mest definierande draget. Till dessa synpunkter anknyter såväl begreppet Webb 2.0, som begreppen användargenerat och användarskapat innehåll som bör specificeras innan man kan definiera sociala medier (Kaplan och Haenlein 2010: 60). Vidare är den nya tekniken, applikationer och s.k. gemenskaper också relevanta faktorer att ta hänsyn till. Av särskilt intresse inom forskningen av sociala medier är *bloggar*. I slutet av 2011 fanns det över 181 miljoner bloggar (NM Incite 2012) vilket visar att bloggandet har blivit ett globalt sätt att uttrycka sig.

I denna avhandling studeras *livsstilsbloggar* som liknar den traditionella dagboken. Den mest anmärkningsvärda skillnaden mellan dem är att man i bloggen är medveten om läsare och eftersträvar interaktion. Enligt Svensk Ordbok (1986: 696) innebär *livsstil* ”sätt att leva sitt liv” vilket jag allmänt anser beskriva innehållet i livsstilsbloggarna. Jag definierar i denna avhandling begreppet livsstilsblogg som *en blogg där skribenten delar med sig av sina erfarenheter, uppfattningar, känslor och tankar som anknyter till hennes dagliga liv*. Tidigare har bloggar studerats bl.a. ur yrkesperspektivets, medieindustrins och mediekulturens synvinklar (se Noppari och Hautakangas 2012) och resdagböckers perspektiv (se Pekkarinen 2012). Aandalen och Ahlström (2011) har betraktat livsstilsbloggarnas anknytningar till kommersialism medan Nilsson och Löfberg (2012) beskrivit hurdana bilder svenska Hollywoodfruar publicerar i sina livsstilsbloggar. Bloggarna erbjuder följaktligen varierande utgångspunkter för undersökning.

Syftet med denna magisteravhandling är att beskriva och karakterisera finländska svenskspråkiga livsstilsbloggar. Jag närmar mig fyra livsstilsbloggar ur tre synvinklar: deras *uppträdande ämnen*, *interaktion* inom dem respektive *bilder* som förekommer i dem. Dessa kommer att analyseras dels för *form* och dels för *funktion*. Ett vidare mål är att formulera tre modeller som beskriver bloggarnas ämnen, interaktion och bilder och deras respektive former och funktioner, som sedan kan tillämpas i vidare studier. De blogginslag (n=390) som studeras är skrivna av fyra svenskspråkiga skribenter i Finland

och bloggarna är hämtade från bloggportalen *Bloggtoppen* på vilken skribenterna har definierat sina bloggar antingen till kategorin *Vardagsbetraktelser* eller till *Allmänt*.

För att klargöra former och funktioner kommer ämnen, interaktion och bilder att analyseras med hjälp av kvalitativ innehållsanalys. Mer specifikt utnyttjas Miles och Hubermans (1994) materialbaserade innehållsanalys för analys av texter, Pekkarinens (2012) studie av resdagböcker på Internet fungerar som stöd för analysen av interaktiva drag och bilderna analyseras utgående ifrån Rose (2012). Form operationaliseras på olika sätt i de tre bloggelementen som analyseras: I *uppträdande ämnen* (avsnitt 6.1) är form det samma som *temakategorier* (avsnitt 6.1), i *interaktion* (avsnitt 6.2) uppdelas form i varierande *interaktiva drag* mellan skribenterna och läsarna, och i *bilder* (avsnitt 6.3) betraktas former på basis av de *objekt* de innehåller (avsnitt 6.3). I anslutning till klargörandet av formerna presenteras deras funktioner och på basis av dessa formuleras tre modeller av ämnena, interaktionen och bilderna i livsstilsbloggarna (avsnitt 7.1).

Teoridelen i denna avhandling består av tre kapitel av vilka de två första behandlar sociala medier och bloggarna för att klarlägga den kontexten som de insamlade blogginläggen baserar sig på. I kapitel 4 presenteras begreppen *semiotik* och *sociosemiotik* med hänsyn till denna studie. Dessa, tillsammans med *intertextualitetens tre kontexter*, formar den viktigaste utgångspunkten för analysen. I kapitel 5 redogörs för insamlingen av materialet, skribenternas bloggar samt analysmetoderna. I avsnitt 5.3 specificeras forskningsfrågorna. I kapitel 6 presenteras och analyseras undersökningsresultaten (jfr ovan). I kapitel 7 fokuserar jag på att sammanfatta och diskutera de viktigaste resultaten samt att utvärdera hur analysmetoderna fungerade. Vidare ger jag förslag till framtida forskning.

2 SOCIALA MEDIER

I detta kapitel skall jag presentera relevanta begrepp för denna studie. Fenomenet *sociala medier* har med sin mångsidighet fått många definitioner. Att definiera detta begrepp kan vara utmanande och komplicerat för det finns flera olika synvinklar som forskarna vill betona. Forskarna definierar sociala medier litet annorlunda beroende av vilka funktioner och uppslag de anser vara väsentliga för sina studier. Enligt Erkkola (2008: 81) kan man inte ens hitta en allmänt accepterad definition av sociala medier.

Många (se t.ex. Erkkola 2008, Matikainen 2009) anser *Webb 2.0* (jfr eng. Web 2.0) vara en basis till sociala medier därför att den möjliggör en mer interaktiv kommunikation på Internet. Ett annat viktigt begrepp som klarlägger sociala medier är *användargenerat innehåll* (jfr eng. user-generated content) som omfattar allt material som användarna skapar på Internet. Både Webb 2.0 och användargenerat innehåll bör bli specificerade innan man kan definiera sociala medier eftersom båda begreppen nämns kontinuerligt i sammanhanget. (Kaplan och Haenlein 2010.) Därför behandlas de här begreppen i avsnitt 2.1 och 2.2 innan det egentliga begreppet sociala medier presenteras i avsnitt 2.3.

2.1 Webb 2.0

Matikainen (2009: 9) anser grundidén med Webb 2.0 vara att man uppnått ett dubbelriktat och interaktivt Internet i stället för enkelriktat (jfr eng. *read-write web* och *read-only web*). Webb 1.0 var statisk och möjliggjorde att man kunde läsa och titta på information men e-post var den enda interaktionsformen mellan människor (O'Bannon 2008: 12). Lietsala och Sirkkunen (2008: 18) konstaterar att Webb 2.0 är en lös kontext med online service och teknologi som inte nödvändigtvis omfattar medias synpunkt eller sociala aktiviteter och därför borde det inte uppfattas som synonym till sociala medier. Holz (2006: 25) påpekar att Webb 2.0 är en social miljö där alla kan producera antingen innehåll eller applikationer (se avsnitt 2.3), och publiken är den som kontrollerar budskapet. Emellertid anser Holz (2006: 25) att Webb 2.0 är ett ytligt och tillgjort begrepp.

Termen Webb 2.0 användes första gången 2004 för att beskriva förhållandet då utvecklare av mjukvara och vanliga - dvs. icke-professionella - internetanvändare

började dra nytta av plattformen *World Wide Web*. Efter den tidpunkten har innehållet inte längre producerats och publiceras bara av individer utan man har kunnat bearbeta och utveckla t.ex. applikationer vidare tillsammans med alla andra användare. (Kaplan och Haenlein 2010: 60-61). Enligt Åberg (2010) har Webb 2.0 etablerat sig till allmänbegrepp då ännu en större del av innehållet på Internet är interaktivt och producerat av enskilda människor. Turtiainen (2009: 222-227) menar däremot att interaktion redan från början har varit en central del av Internet, och därför är Webb 2.0 inte den enda orsaken till att Internet blivit social.

Webb 2.0 är således ingen speciell teknisk uppdatering för *World Wide Web* även om den för att fungera ordentligt behöver vissa funktioner som *Adobe Flash* som möjliggör video- och audioströmmar på webbplatser. I stället representerar Webb 2.0 den ideologiska och teknologiska basen för sociala medier (Kaplan och Haenlein 2010: 61). Webb 2.0 förutsätter en bred interaktion mellan användare som producerar innehåll och användare som kommenterar aktivt och möjligen utvecklar innehållet vidare (Valcke och Lenaerts 2010: 120).

Trots viss kritik mot Webb 2.0 (se Holz 2006; Turtiainen 2009) kan man inte entydigt förneka påståendet att den har varit med att utveckla Internet mer socialt. Enligt min uppfattning möjliggör Webb 2.0 det interaktiva Internet och formar den sociala miljön som *bloggarna* (se avsnitt 3.1) förutsätter. Därför är det väsentligt förstå dess viktiga funktioner bakom sociala medier.

2.2 Användargenerat och användarskapat innehåll

Termen *användargenerat innehåll* (jfr eng. user-generated content) uppstod för första gången ungefär 2005 och varit sedan dess en alltmer viktig faktor i medievärlden (Valcke och Lenaerts 2010: 119). Det finns inte en allmänt accepterad definition för användargenerat innehåll men enligt Kaplan och Haenlein (2010: 61) beskrivs termen vanligen genom flera allmänt tillgängliga former av innehåll som är skapade av användarna. Valcke och Lenaerts (2010: 119) anser att det är vanligt att allt innehåll online behandlas som användargenerat oberoende av om den som publicerar innehållet har också producerat det. Skillnaden mellan användargenerat och *användarskapat innehåll* (jfr eng. user-created content) är litet oklar för det finns inte en strikt

gränsdragning mellan dem. Organisationen för ekonomiskt samarbete och utveckling (2007: 17, i fortsättningen OECD) konstaterar att användarskapat innehåll skapas av internetanvändare och kan vara i en visuell, skriftlig eller auditiv form eller en kombination av dessa. OECD (2007: 18) definierar vidare tre förutsättningar för användarskapat innehåll. För det första bör det vara publicerat i någon kontext, t.ex. i ett socialt nätverk för utvalda personer eller på en webbsida tillgänglig för alla. För det andra bör användarskapat innehåll visa en kreativ strävan vilket innebär att kopiera en del av videon och publicera den på *YouTube* inte räcker. För det tredje krävs det att innehållet är skapat utanför professionell praxis. Med de här förutsättningarna vill man enligt Kaplan och Haenlein (2010: 61) undvika att man utbyter innehållet via e-post eller snabbmeddelanden, utesluta uppenbara kopior av redan existerande innehåll och allt innehåll skapat med ett merkantilt syfte.

Det är svårt att avskilja användarskapat innehåll från användargenerat eftersom redan OECD:s (2007: 18) andra förutsättning accepterar en vidare utveckling av ett innehåll som redan är skapat av någon annan. Kaplan och Haenlein (2010) anser att de här förutsättningarna är mer passande för användargenerat innehåll och vidare påpekar OECD (2007: 17) att termen användargenerat innehåll har börjat uppträda vid sidan av användarskapat. Detta antyder sociala mediers kontinuerliga utveckling där information kan förändras väldigt snabbt. Jag anser skillnaden mellan de här två typerna av innehåll vara att användargenerat innehåll innebär något som redan är skapat och utvecklas vidare. Det bör dock beaktas att det ibland kan vara utmanande att definiera vad som räcker till att man verkligen har producerat något helt nytt. Forskarna hänvisar ofta till användargenerat innehåll (se Kaplan och Haenlein 2010; Valcke och Lenaerts 2010) och i bloggarna uppträds det båda typer av innehåll. Majoriteten av innehållet i denna avhandlings blogginlägg kan uppfattas som användarskapat för de består av skribenternas text och bilder. Emellertid finns det videor och bilder producerade och skapade av andra återgivna i vissa blogginlägg, men analysen kommer inte att koncentrera sig på dessa (se avsnitt 5.3).

Användarskapat innehåll kan basera sig bl. a. på text, bilder, audiomaterial och videor (OECD 2007: 32) och de uppträdande formerna kan anses vara antingen traditionella eller nya samt aktuella (Valcke och Lenaerts 2010: 119). Till traditionella former hör bloggar, *wikis* såsom *Wikipedia*, service där man delar med sig av bilder som *Flickr*, videoservice som *YouTube* och *poddsändningar* som liknar traditionella

radiosändningar. *Sociala gemenskaper* såsom *Facebook* och *LinkedIn* och *virtuella världar* som *Second Life* representerar nyare och mer aktuella former. Det framträder fortfarande nya service och nya variationer av redan existerande. (Valcke och Lenaerts 2010: 119.) De här varierande förfaringssätten hänvisar till det fortfarande växande intresset för sociala mediers otaliga möjligheter. Olika typer av innehåll erbjuder alternativa informationskällor, främjar användarnas oberoende, uppmuntrar kulturell mångfald och representerar en extra kontroll för media (Valcke och Lenaerts 2010: 120).

Trots alla positiva drag finns det ändå faktorer som t.ex. pålitlighet och upphovsrätt som bör beaktas. Dessutom uppträder det hattal, kränkning av integritetsskydd, våldsamma fotografier, pornografi och webbsidor som idealiserar ätstörningar och självmord vilket väcker frågor som vem som är ansvarig för ett skadligt och olagligt innehåll när dess skapare är okänt, och hurdan ansvar den person eller organisation som äger och driver webbsidan har (Valcke och Lenaerts 2010: 120). Att skapa innehåll syns ha två sidor. Man är friare än någonsin tidigare att uttrycka sig men samtidigt är det möjligt att göra skada på andra genom att dela med sig av olagligt material och genom att ta åt sig innehåll skapat av någon annan.

2.3 Att definiera sociala medier

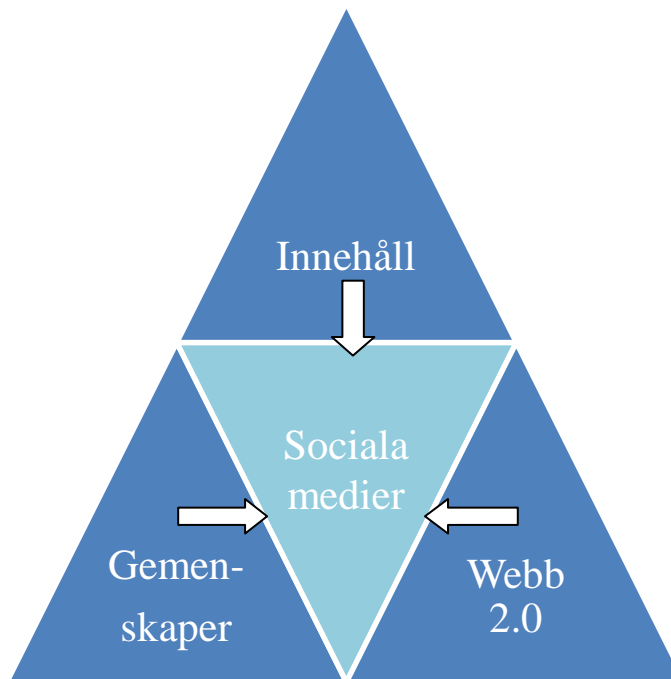
Matikainen (2009: 13) betonar att begreppet *sociala medier* inte har formats utifrån vetenskaplig diskussion. Även Erkkola (2008: 81) konstaterar att det inte finns enighet om begreppet sociala medier eftersom olika grupper inkluderar olika faktorer. Vidare påpekar Kaplan och Haenlein (2010: 59) att man har en begränsad förståelse av detta fenomen och enligt Lietsala och Sirkkunen (2008: 25) är det nästan omöjligt att hitta en kontinuerlig definition eftersom sociala mediers fält förändras ständigt. Med hänsyn till att sociala medier är ett svårdefinierat begrepp anser jag att det är lämpligt att presentera och behandla sociala medier genom denna studies utgångspunkter som är *bloggande* och *bloggar*. När forskare diskuterar sociala medier använder de ofta termerna *gemenskaper* och *applikationer*. Jag uppfattar gemenskaper som *nätverk* (jfr eng. *community*) med möjlighet till interaktion medan applikationer kan vara t.ex. ett program som tekniskt möjliggör att skapa och dela med sig av innehåll. Det finns inte en strikt skillnad mellan dem men enligt min uppfattning är applikationer ett slags

huvudbegrepp. Under det placerar sig gemenskaper vars definierande drag är interaktion. Bloggarna kan anses representera både gemenskaper och applikationer (se även avsnitt 3.4).

Enligt Erkkola (2008: 81-82) är det vanligt att definiera sociala medier genom att beskriva vilka delar begreppet består av och han identifierar t.ex. följande särdrag för sociala media: *interaktiv, dubbelriktad, öppen, teknologibaserad, individuell* och *realtidig*. Vidare definierar Erkkola (2008: 82) att sociala medier förutsätter: *innehåll, teknologi, sociala fenomen på Internet, förändring av kultur och normer* och leder till: *brytning inom media, nya sociala och virtuella nätverk* och *Internet som interaktionens främsta verktyg*.

Matikainen (2009: 10) menar att det är möjligt att placera många olika perspektiv på sociala medier. I linje med detta föreslår Lietsala och Sirkkunen (2008: 17-18) sociala medier som en paraplyterm som inkluderar *kulturella praktiker* som bloggande och *nätgruppering* då de här praktikerna förenar sig både med innehållet på Internet och med människor inom det. Heinonens (2009: 6) utgångspunkt ligger också på gemenskaper fast hon utgår från att *social* och *medier* är redan som enskilda begrepp breda, och man därför kan tolka dem på flera sätt. Social innebär interaktion mellan människor medan media ger medlen till det. Därför kan sociala medier studeras genom deltagande, interaktion och att dela med sig av som alla äger rum i gemenskaper på Internet. Sociala medier innebär då särskilt *medieinnehåll* som är producerat eller delat med sig av i gemenskaper. (Heinonen 2009: 6.)

Enligt Matikainen (2009: 13) är sociala medier ett pragmatiskt medel för att beskriva virtuella miljöer medan Kaplan och Haenlein (2010: 61) utgår från att sociala medier består av applikationer som baserar sig ideologiskt och tekniskt på Webb 2.0 (se avsnitt 2.1) och ligger på Internet. Kangas, Toivola och Bäck (2007: 14) betonar också applikationerna och anser sociala medier som producerat innehåll, gemenskaper och teknologierna baserade på Webb 2.0 som det framgår av figur 1 (se nedan). Enligt Kangas m.fl. (2007: 14) innebär sociala medier antingen applikationer vars innehåll är helt skapat av användarna eller applikationer vars värde märkvärdigt ökar genom både det skapade innehållet och användarnas funktion.



Figur 1. De väsentligaste begreppen som sociala medier består av (Kangas, Bäck och Toivola 2007: 11)

Genom applikationer bör det vara möjligt både skapa och dela med sig av innehåll (Kangas m.fl. 2007: 12) vilket framhäver både de sociala och mediala aspekter som Heinonen (2009) betonar. Det finns inte ett systematiskt sätt att kategorisera sociala mediernas olika applikationer och dessutom uppstår nya webbplatser dagligen (Kaplan och Haenlein 2010: 16). Som framgår av tabell 1 (se nedan) baserar Kaplan och Haenleins (2010: 62) klassifikation sig på social närvaro och självpresentation och på vilken position applikationer är i relation till dem. På de samverkande projekten som Wikipedia hamnar man lågt både vad gäller social närvaro och självpresentation, medan användarna av de virtuella och sociala världarna som Second Life upplever både hög social närvaro och självpresentation. Det kan ifrågasättas om låg social närvaro i bloggarna (Kaplan och Haenlein 2010) stämmer med denna avhandlings livsstilsbloggar som baserar sig på att individen behandlar sitt liv och skapar interaktion med läsarna. Till detta kommer jag att ta ställning i avsnitt 7.1.

Tabell 1. Klassifikation av sociala medier genom social närvaro och självpresentation (Kaplan och Haenlein 2010: 62)

	Social närvaro		
	Låg	Medium	Hög
Hög Själv- presentation	Bloggar	Webbplatser för socialt nätverksarbete (t.ex. Facebook)	Virtuella sociala världar (t.ex. Second Life)
Låg	Samverkande projekt (t.ex. Wikipedia)	Gemenskaper för innehåll (t.ex. YouTube)	Virtuella spelvärldar (t.ex. World of Warcraft)

Typiska drag för sociala mediernas applikationer är *deltagande*, *öppenhet*, *diskussion*, nätverk och att man *bildar gemenskaper* (Kangas m.fl. 2007: 15). De mest lyckade applikationerna är förståeliga, pålitliga och lätta att använda då det är roande och underhållande att dela med sig av data, innehåll och erfarenheter med andra användare (Heinonen 2009: 6). Kangas m.fl. (2007: 38) anser att sociala och interaktiva medier baserar sig på att man både skapar och använder innehåll men Nielsen (2006) påpekar att största delen av användarna i de flesta sociala gemenskaper undviker deltagande och hellre stannar i bakgrunden. Bara en procent av alla användare kan beskrivas som aktiva medan nio procent deltar ibland och nittio procent bara läser och observerar utan att engagera sig. Denna ojämnheter förorsakar att helhetsbilden inte representerar en genomsnittlig internetanvändare eftersom nittio procent av allt innehåll är skapat av en procent som kan antas skilja sig från nittio procent som aldrig visar sin tillvaro. (Nielsen 2006.) Det är dock möjligt att siffrorna i någon mån har ändrats sedan dess men Niensens (2006) uppskattning visar ändå att internetanvändarnas aktivitet förmodligen är ojämn. Emellertid kan man dra nytta av sociala medier utan att samtidigt tillhöra t.ex. någon social gemenskap (Kangas m.fl. 2007: 15). Encyklopedin Wikipedia är ett exempel på applikationen som man kan använda utan att aldrig skapa något nytt.

De aktiva användarna inom sociala medier eftersträvar att uttrycka sig, tillhöra någon större gemenskap och kan ha ett speciellt intresse som de vill kommentera eller skapa innehåll av (Kangas m.fl. 2007: 38-39). Det är också beaktansvärt att olika verktyg på Internet nuförtiden är enkla att använda vilket underlättar deltagande av människor med

få tekniska kunskaper (Myers 2009). Däremot upplever de passiva användarna inte sociala medier som viktigt och vill inte heller lära sig att använda det. De vill inte utvärdera informationen kritiskt eller öka den utan anser däremot att all nödvändig information redan finns på Internet och man kan bara plocka det mest intressant. Vidare är det möjligt att de passiva användarna vill göra klara skillnader mellan sina identiteter på Internet jämfört med den riktiga världen. Det bör ändå beaktas att man kan bli en aktivare användare när applikationerna blir bekantare och man lär sig att använda dem. (Kangas m.fl. 2007: 39.) För att orka lära sig bättre kunskaper krävs det intresse för sociala medier och Kangas m.fl. (2007: 39) skulle vilja se applikationer som erbjuder olika möjligheter att delta så att man steg för steg kan bli aktivare.

Som det har framkommit betonar var och en forskare varierande utgångspunkter men gemensamt är att de alla verkar anse social och interaktion som viktiga faktorer. I denna avhandling utgår jag från att bloggarna är sociala gemenskaper men kan uppfattas också som applikationer eftersom man skapar och delar med sig av innehåll i dem. Bloggarna representerar både de sociala och mediala aspekterna som sociala medier enligt Heinonen (2009: 6) verkligen består av: Livsstilsbloggar som är i fokus för denna avhandling har en social, kommunikativ och interaktiv karaktär och Internet och bloggarnas plattform är medierna som möjliggör bloggandet och stöder det tekniskt.

3 BLOGG

I detta kapitel presenteras begreppet blogg som är den mest centrala termen i denna avhandling. I motsats till begreppet sociala medier finns det inte en likadan oenighet om bloggans definition. I avsnitt 3.1 kommer bloggandets historia och utveckling och olika definitioner att redogöras för i mer detalj och bloggplattformen *Blogger* presenteras. I följande avsnitt (3.2) redogörs vidare för typiska drag för bloggar och blogginlägg. I avsnitt 3.3 diskuteras och definieras livsstilsbloggar som en särskild typ av blogg och i avsnitt 3.4 fokuseras på skribenternas motivation men dessutom betraktas det varför bloggar vill läsas.

3.1 Bloggens utveckling

Forskare ser bloggen och dess syfte på olika sätt men man hänvisar ofta ändå till Blood (2000: 2) som definierar blogg som ” a website that is updated frequently, with new material posted at the top of the page”. Wagner och Bolloju (2005: iv) ser bloggen som en personlig webbsida i kronologisk dagbokform vilket stöds av Goldstein (2009: 548) som anser att bloggarna är likadana med journaler eller online-dagböcker då skribenten delar med sig av sina tankar, åsikter och känslor. Vidare anser Goldstein (2009: 548) att syftet med bloggar är att samtidigt erbjuda experters åsikter, personliga dagboksliknande narrativer och gemenskaper online. Myers (2009: 2) skiljer för sin del bloggarna både från personliga hemsidor och från dagböcker eftersom bloggarna uppdateras regelbundet och är skapade kring länkar. Bloggarna kan innehålla text, video, bilder, ljud och länkar till andra webbsidor samt kommentarer till dessa och vidare en lista av andra bloggar som kan intressera läsare (Myers 2009).

Kabachinski (2007: 379) definierar blogg som chatterum som man grundar och i vilken man leder diskussion om ett visst ämne genom egna kommentarer. Denna definition är eventuellt inte tillräckligt beskrivande men den betonar bloggans kommunikativa karaktär som är mycket relevant. Utifrån definitionerna kan det konstateras att det finns skillnader i hur bloggarna upplevs. Gemensamt för definitionerna är att bloggarna anses ha mångsidiga funktioner. För att tydligt klargöra bloggarna och deras funktioner bör det kartläggas flera faktorer utöver definitionerna.

Ursprunget till bloggtext går tillbaka till år 1997 då det började uppträda kommenterade länkar med den nyaste länken och informationen först uppe. Jorn Barger kallade denna typ av innehåll för *weblog* medan Peter Merholz några år senare föreslog *we blog* vilket skapade en förkortad term, *blog*. Bara personer med kunskaper i *HTML* (HyperText Mark-up Language) -kodande kunde grunda blogg och hålla den i gång tills två små software företag, Pitas och Pyra Labs, producerade verktyg för detta behov 1999. (Blood 2000: 1.) Sedan dess har det varit möjligt för alla att producera egna sidor från sina webbläsare och därför är bloggandet nu ett medel att kommunicera även för noviser på ADB (Myers 2009). Bloggandets enkelhet är troligen den mest signifikanta faktorn till dess ökade popularitet eftersom man inte längre behöver vara en duktig datorspecialist utan vem som helst kan börja blogga.

I ursprungliga bloggar kombinerade man länkar, kommentarer, egna tankar samt essäer och erbjöd Internet som färdig surfat åt läsarna. Skribenterna presenterade länkar både till aktuella nyheter och till mindre kända sidor beroende av vilka de ansåg vara värda att kommentera. De traditionella bloggarna fungerar fortfarande på samma sätt och erbjuder verktyg för att utvärdera information mer kritiskt. (Blood 2000: 1.) År 1999 uppkom *Blogger software* (Blood 2000: 1) som är den största plattformen för bloggarna och ägs av mjukvaruföretaget Google (Myers 2009). Efter Bloggers uppkomst började det uppträda bloggar som avvek från de traditionella bloggarna och deras länkar till webbsidor upptäckta under dagen. I stället uttryckte skribenterna nu sina tankar på väg till jobbet, berättade om planer för veckoslutet och kommenterade snabbt ett visst ämne. Möjliga länkar ledde läsaren till andra personers bloggar eller till webbsidor där det berättades mer om bandet som skribenten hade sett förra veckan. Båda typer av bloggar existerar fortfarande men bloggandets enkelhet har förorsakat att det kan vara krävande att hitta bloggarna som erbjuder Internet som färdig kollat åt läsarna utan tid att surfa runtomkring. (Blood 2000: 2.)

På webbplatsen Blogger Tour (2012) definieras bloggen som en personlig dagbok, talarstol, ett verktyg för samarbete, demonstrationsskylt, nyhetsrum, länksamling, egna tankar och memorandum för världen där man kan uttrycka sig men samtidigt kontrollera genom läsrätt vem som kan se dessa funderingar. Man kan skriva bara för sig själv men det är också möjligt att blogga tillsammans med andra om man vill använda sin blogg för en ömsesidig interaktion bland en liten grupp (Blogger Tour 2012). Bloggers popularitet beror antagligen på att servicen är både gratis och lätt att använda för

nybörjare handleds steg för steg tills en egen blogg är grundad och färdig att bli uppdaterad. Blogger begränsar inte former av innehåll (Blood 2000: 2) vilket ger otaliga möjligheter att besluta hurdan innehåll skapas, utvecklas, publiceras och kommenteras.

För att blogga behöver man bara en dator, tillgång till Internet och en åsikt men det är en fördel om man har starkt förtroende för ens eget budskap (Rosenbloom 2004: 31). I bloggen kan man uttrycka sig samt behandla varierande ämnen, och enligt Goldstein (2009: 549) är de flesta bloggarnas fokus på ett särskilt ämne eller temaområde då bloggen fungerar som plattform i vilken man kan dela med sig av åsikter och kommentarer om ett visst ämne. Följande ämnen är några exempel på olika temaområden hämtade från den finländska webbplatsen *Blogglista* (2012): *bloggar och bloggande; design och inredning; liv och vardag; mänskliga relationer och parförhållanden; turism och resor; media och internet; mode, kläder och stil; musik; studier; familj och barn; politik och samhälle; mat och dryck; konst; idrott och motionering; fotografier och bilder*. Det syns således tydligt att man bloggar om mångsidiga ämnen som kan variera från vardag till samhällets läge. McNeill (2003: 34) konstaterar att bloggarnas främsta uppgift är att väcka diskussion då både skribenter och läsare kan bearbeta sina känslor och tankar genom att skriva och läsa.

Bloggarna kan även skilja sig från varandra genom former av innehåll eftersom det i vissa bloggar bara finns fotografier och bilder medan det i andra endast publiceras videor. Kabachinski (2007: 381) presenterar olika typer av bloggar vars innehåll skiljer sig åt: I *vlog* publicerar man korta videor medan *sketchblog*, *photoblog* och *artblog* koncentrerar sig på foton, bilder och konst i stället för text. *Moblog* är avsedd för att användas genom handdator eller mobil och *warblog* skriven av försvarsmakt erbjuder beskrivningar av händelser som ögonvittnet har sett. Som det har framkommit kan bloggarna klassificeras genom former av innehåll och genom temaområden vilket visar hur brett och mångsidigt fenomen bloggandet är. Det kan antas fortfarande forma sig och få kontinuerligt nya former och funktioner.

3.2 Typiska drag för bloggar

Vad gäller bloggar karakteriseras de av att ha ett namn som ligger högst uppe på framsidan och ofta finns det en kort beskrivning om den som skriver och hans eller

hennes intresseområden. Detta möjliggör att läsare kan få en snabb uppfattning om bloggen och besluta om den intresserar. Bloggen utgörs av *inlägg* som kallas separata texter eller annat innehåll med rubriker och möjligtvis datum. Inläggen kommer i kronologisk ordning som enligt Myers (2009: 20) är det mest definierande draget för bloggarna. Det nyaste inlägget ligger överst men den kronologiska ordningen möjliggör att man lätt kan bläddra i äldre inlägg. För att underlätta bläddrandet kan skribenten skapa ett arkiv enligt månader då det är enkelt att söka efter inläggen enligt månader och år. Skribenten kan klassificera inläggen till kategorier genom s.k. *taggar* vilket innebär att under en tagg syns alla inlägg om ett visst ämne ordnade kronologiskt. Goldstein (2009: 550) påminner att samma temaområde kan klassificeras på olika sätt i olika bloggar vilket innebär att läsaren bör vara medveten om skribentens taggningsvana.

På flera webbplatser kan man följa genom listor vilka bloggar som är mest aktuella och mest lästa. På amerikanska *Technorati* listas dagligen de hundra mest inflytelserika bloggarna. Ordningen på listan baserar sig på räkningar av hur ofta bloggarnas innehåll refereras i andra bloggar samt vilket ämne som väcker mest diskussion (Technorati Authority FAQ 2012). Detta tyder på att bloggarnas inflytande kan förändras snabbt för ett ämne som idag diskuteras ivrigt kan försvinna helt när en ny sensation framträder. Att hålla ens blogg i läsarnas medvetande kan således vara svårt. Om man är intresserad av en viss blogg kan man börja följa den genom olika service. Genom *RSS* (Really Simple Syndication) kan man prenumerera på inlägg i sin dator och därtill är *Bloglovin* och *Blogilista* exempel på service som insamlar länkarna till de nyaste inläggen av ens favoritblogg.

Läsarna spelar en tydlig roll i bloggandet. Enligt Nardi, Schiano, Gumbrecht och Swartz (2004: 42-43) är de flesta skribenterna medvetna om läsarna vilket tvingar dem att fundera på sin integritet. Det kan således antas att nästan varje skribent med en öppen blogg vet att den kan läsas av vem som helst. Därför måste man besluta vad man vill avslöja och dela med sig av eftersom allt publicerat innehåll blir stående på Internet. Shirky (2003) konstaterar att läsarna fördelar sig ojämnt vilket innebär att medan vissa bloggar läsas av otaliga människor har en majoritet av bloggarna bara få läsare. I alla fall finns det plats för alla som vill blogga och Wagner och Bolloju (2005: iv) anser att bloggarna är nyttiga såväl för experter som vill dela med sig av sin sakkunskap för en enorm grupp som för dem som vill diskutera med ett par personer. Det bör beaktas att

den största delen av bloggarna upprätthålls av vanliga personer för små publikker (Nardi m.fl. 2004: 41) då de flesta bloggarna aldrig får en stor läsekrets och skribenten kan vara den enda som läser (Du och Wagner 2006: 789-790).

Det är alltså inte självklart att ens blogg någonsin läses. Om man vill få läsare bör man vanligen göra reklam bloggen. Nya bloggar hittas vanligen genom andra bloggar, genom vänners rekommendationer eller genom länkar i profiler på snabbmeddelanden eller på hemsidor (Nardi m.fl. 2004: 42). Det enklaste sättet att få synlighet skulle troligen vara att få andra skribenter att läsa och rekommendera. Att kommentera i andras bloggar och samtidigt lämna länken till egen blogg är då en lämplig möjlighet. I vissa bloggar finns en s.k. bloggroll där de mest centrala bloggarna listas (Kabachinski 2007: 382). Man kan få sin blogg i någons bloggroll om den är så intressant att skribenten vill rekommendera den vidare.

3.3 Livsstilsbloggar

Det finns mycket variation vad gäller innehåll i bloggar (se Nardi m.fl. 2004; Kabachinski 2007; Myers 2009). Man kan blogga om olika ämnesområden (se avsnitt 3.1) och antagligen skriver man helst om saker som intresserar. Enligt Chen och Ohta (2010: 27) erbjuder bloggen stöd till saker som en anser vara viktiga och intressanta. I denna avhandling kommer jag att betrakta ämnesområdet *livsstil* som enligt Svensk Ordbok (1986: 696) innebär ”sätt att leva sitt liv”. Om man betraktar finländska bloggar i vilka skribenterna bloggar om sitt liv kallas de ofta *livsstilsbloggar*, och enligt Wikipedia (2012) berättar man då om sitt liv. Denna avhandlings bloggar kan klassificeras till livsstilsbloggar eftersom skribenterna bloggar om händelser, tankar och erfarenheter som anknyter till deras sätt att leva sitt liv och på bloggplattformen har de valt en temakategori som beskriver innehållet i deras bloggar (se även avsnitt 5.1 och 6.1).

Enligt McNeill (2005) har bloggarna dagboksliknande kännetecken genom regelbundna och daterade inlägg som koncentrerar sig på skribenternas erfarenheter och intressen. Därför kan det konstateras att livsstilsbloggarna har en dagboksliknande karaktär och skiljer sig från de ursprungliga bloggarna (se avsnitt 3.1). När en viss hobby eller ett visst intresse förenar vissa människor kan vardagligt liv förena en otalig mängd av

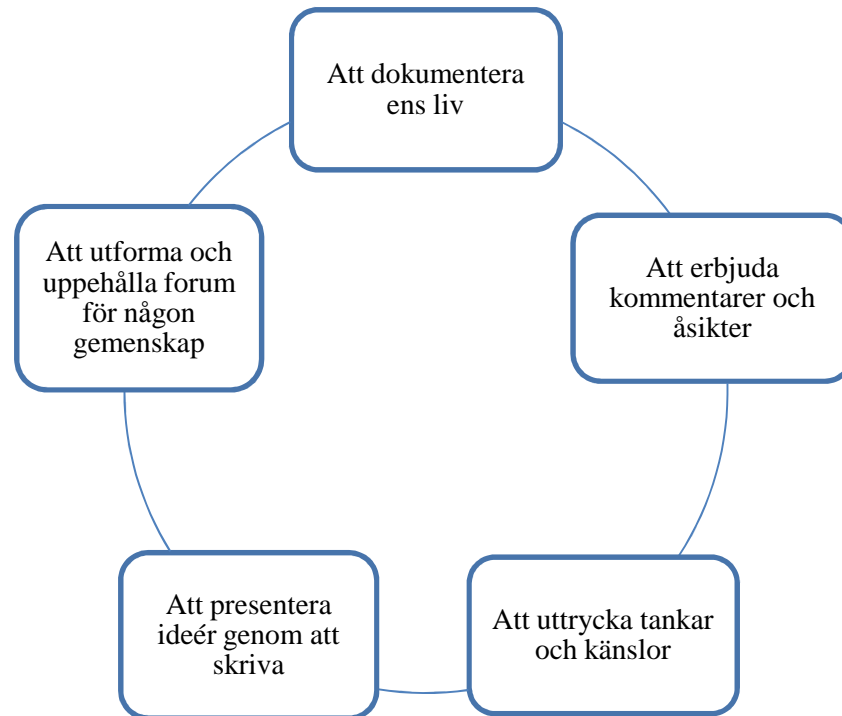
människor. Enligt Nilsson och Löfberg (2012: 17) behandlar livsstilsbloggar ämnen som mode, inredning, hälsa, nära och kära samt vardagslivet. Aandalen och Ahlström (2011: 22) har liknande uppfattningar och anser vardagsbetraktelser, interiör, mode, skönhet och personlig utveckling som typiska ämnen i livsstilsbloggar. Skribenter i Aandalen och Ahlströms studie (2011: 31-32) använder temakategorierna Jobb/Karriär, Min vardag, Tips, Relationsbyggande och Dagens för att maximera trafiken i bloggarna och på det viset driver läsare till webbsidor av annonsörer som skribenterna samarbetar med. Detta avviker tydligt från denna undersöknings skribenter samt utgångspunkter (se även avsnitt 5.1 och 5.3).

Min egen uppfattning om livsstilsbloggar liknar delvis både Nilsson och Löfbergs (2012) och Aandalen och Ahlströms (2011) men den har inget att göra med marknadsföring eller kommersialism. Dessutom anser jag att trots interaktion med läsarna bloggar denna avhandlings skribenter ändå främst för sig själv eftersom de inte får inkomst via sina bloggar. Skribenterna i de två ovannämnda studierna har ett professionellt grepp på bloggandet vilket förmodligen påverkar uppträdande ämnen och möjligtvis också bloggans öppenhet. Därför har jag kommit fram till en egen definition av livsstilsbloggar: skribenten delar med sig av sina erfarenheter, uppfattningar, känslor och tankar som anknyter till hennes dagliga liv. Skribenten bloggar ur sin egen synvinkel och beslutar självständigt vad bloggen består av. Interaktion är en väsentlig faktor och man eftersträvar att skapa den vilket skiljer livsstilsbloggar från dagböcker.

3.4 Motivation att blogga och att läsa bloggar

Bloggsfären är gemenskap som alla bloggar formar tillsammans (Kilpi 2006: 17). Eftersom alla skribenter är delaktiga i samma fenomen är det motiverat att klarlägga faktorer som kan antas påverka att delta i gemenskaper som bloggarna också uppfattas i denna avhandling (se även Goldstein 2009). Vidare är det relevant att betrakta vad som motiverar individen att blogga för att få en klarare uppfattning om varför vissa vill dela med sig av sitt dagliga liv. Dessutom är det väsentligt att fråga varför man vill läsa bloggar. Nardi m.fl. (2004: 43-46) anser att det finns flera orsaker till att börja blogga, och benämner fem motivationsfaktorer: att dokumentera ens liv; att erbjuda kommentarer och åsikter; att uttrycka tankar och känslor; att presentera idéer genom att skriva; samt att utforma och uppehålla forum för någon gemenskap (se figur 2 nedan).

Att dokumentera ens liv och att uttrycka starka känslor klarlägger livsstilsbloggares dagboksliknande karaktär. De tre övriga faktorerna tyder på skribenternas vilja att skapa interaktion vilket framhäver bloggandets sociala och interaktiva karaktär.



Figur 2. Fem motivationsfaktorer för att blogga (Nardi, Schiano, Gumbrecht och Swartz 2004: 43-46)

Liao, Liu och Pi (2011) studerar motivation att blogga genom *förväntansteori* som samtidigt är en matematisk modell och ger begreppsliga ramar för motivation (Isaac, Zerbe och Pitt 2001). Liao m.fl. (2011) använder förväntansteorin både för att observera faktorerna som motiverar skribenterna och att visa hurdan relation det finns mellan deras motivation, avsikter och uppförande. Som det framgår av tabell 2 (se nedan) finns det enligt Liao m.fl. (2011) tio eventuella belöningar som kan motivera en att blogga. De fem inre belöningarna är (A1) att lägga ner tid genom att blogga; (A2) att ha utrymme för ens data och filer; (A3) att njuta av att dela ens liv med andra; (A4) att berätta om ens känslor i en blogg; samt (A5) att uppnå prestation genom att blogga. De fem externa belöningarna är (B1) att se fram emot respons från andra; (B2) att hitta goda ämnen när man diskuterar med andra; (B3) att vara regelbundet i kontakt med människor som man känner; (B4) att träffa nya vänner; och (B5) att förstå andra människors känslor och åsikter.

Tabell 2. De inre och externa belöningarna som kan motivera en att blogga enligt Liao, Liu och Pi (2011). De mest uppskattade belöningarna av skribenter är markerade med fetstil.

De inre belöningarna A1-A5	De externa belöningarna B1-B5
Att lägga ner tid genom att blogga	Att se fram emot respons från andra
Att ha utrymme för ens data och filer	Att hitta goda ämnen när man diskuterar med andra
Att njuta av att dela ens liv med andra	Att vara regelbundet i kontakt med människor som man känner
Att berätta om ens känslor i en blogg	Att träffa nya vänner
Att uppnå prestation genom att blogga	Att förstå andra människors känslor och åsikter

Liao m.fl. fann att de två mest motiverande belöningarna är (A4) *att berätta om ens känslor i en blogg* och (B3) *att vara regelbundet i kontakt med människor som man känner*. Att skribenter uppskattade mest dessa belöningar framhäver igen bloggandets sociala och interaktiva karaktär. Skribenter bedömde att de bloggade produktivt och kunde på så sätt uppnå belöningar. Det konstateras att skribenter med många inre och externa belöningar har högre avsikter att blogga och vill konsumera mer tid med sin blogg och publicera mer inlägg än personer med färre belöningar. För en vanlig skribent är de inre belöningarna viktigare än de externa. Trots att skribenter uppskattade de inre och externa belöningarna som likvärdiga, tenderade de tro sannolikheten att de externa belöningarna förekom vara lägre. (Liao m.fl. 2011). Med tanke på livsstilsbloggar beror det förmodligen på skribenten vilka belöningar som motiverar henne. Eftersom denna studie inte fokuserar på skribenternas motivation kommer jag inte kunna dra några särskilda slutsatser av dessa faktorer. Jag kommer ändå hänvisa till dessa belöningar samt Nardi m.fl:s (2004) motivationsfaktorer i avhandlingens sammanfattande diskussion (se avsnitt 7.1).

Vidare gäller motivation deltagande i gemenskaper och Goldstein (2009: 549-550) listar fem faktorer som medverkar till att bloggarna framkallar gemenskap. För det första publicerar skribenterna bilder och audio- eller videomaterial skapat av någon annan. För det andra hänvisar skribenterna till varandra genom länkar i sina inlägg och för det tredje listar de bloggar i sina bloggrollar. För det fjärde kan läsarna vanligen lämna

kommentarer och få respons antingen i *kommentarfält* eller i ett nytt inlägg. Den femte faktorn är att skribenterna ofta rekommenderar böcker eller filmer samt hänvisar till utgivare genom länkar. (Goldstein 2009: 549-550.) Alla de här faktorerna uppträder i livsstilsbloggar och därför kan de uppfattas som gemenskap.

Enligt Heinonen (2009: 6) är deltagande, interaktion och att dela med sig av särdragen för gemenskaper. Dessa särdrag reflekterar även livsstilsbloggar, och vidare kan fem faktorer, som Heinonen (2009: 13-15) anser ge motivation att påverka i gemenskaper, klarlägga dem ännu tydligare. Heinonen (2009: 13-15) utgår från att användarna vill uttrycka, stärka eller bilda sin *identitet* och få *feedback* om innehåll som de har delat med sig av. Vidare spelar *förtroende* på autenticitet av innehåll och andra användare en viktig roll men är ingen självklarhet varken i fysiskt liv eller i digitalvärlden. *Tillhörande* i någon gemenskap innebär att man söker efter betydelsefullt liv då tiden har en märkvärdig betydelse eftersom samhörighetskänslan beror mycket på hur länge man har tillhört någon gemenskap. Till sist kan enskild människa genom en gemenskap göra sin röst hörd och visa sin *kreativitet*. Alla de här faktorerna förorsakar tillsammans *ett frigörande av kraft* (jfr eng. empowerment) då man som en aktiv aktör inte längre bara konsumerar service utan också skapar dem. (Heinonen 2009: 13-15.)

När man uppfattar Heinonens (2009) användare och gemenskaper som skribenter, läsare och livsstilsbloggar syns det att identitet, feedback, förtroende, tillhörande och kreativitet gäller i livsstilsbloggar. Dessutom stöder Heinonen (2009) Blood (2000: 4) som anser att alla bloggar förorsakar ett frigörande av kraft. Speciellt bloggar som baserar sig på skribenters liv åskådliggör individens självuttryck (Blood 2000: 4). Av detta är det frågan om i livsstilsbloggar för skribenterna behandlar sitt dagliga liv och uttrycker sina egna synvinklar.

Vidare kan man fundera över varför man vill läsa om någons vardagliga liv samtidigt som man själv lever ett sådant. Att det är lätt att identifiera sig med skribentens liv kan vara en orsak till att läsaren återvänder bloggen. Läsaren känner igen bekanta erfarenheter, sysselsättningar samt tankar och kan parallellisera och jämföra dem med eget liv. Enligt Blood (2000: 3) ifrågasätter och uppskattar man synvinklar som andra bloggar om vilket leder till att man bl.a. kan börja tänka på sitt självförtroende. Detta tyder på att man inte bara läser utan samtidigt tänker aktivt på det som sägs. Dessutom kan även interaktion ha inflytande till motivation att läsa. Aandalen och Ahlström

(2011: 40) menar att läsarna känner sig betydelsefulla för skribenten eftersom de får vara med och dela händelserna i skribentens liv. Till detta kommer jag att återvända i avsnitt 6.2 och 7.1. Det kan konstateras att motivation inte är en enkel faktor att betrakta och den kan antas variera. Åtminstone är det uppenbart att man är motiverad både till att blogga och till att läsa.

4 SEMIOTIK OCH INTERTEXTUALITET I LIVSSTILSBLOGGAR

I detta kapitel kommer jag att utreda begreppen *semiotik*, *sociosemiotik*, *multimodalitet* och *intertextualitet*. Semiotiken anknyter sig till *bilder* som är en väsentlig del av denna undersökning livsstilsbloggar. Enligt Kress och van Leeuwen (2001) kan ingen kommunikativ aktivitet existera utan samband med någon representation t.ex. språket. Bilder, såsom en representation av något, är alltså inte en lös del av livsstilsbloggarna utan har att göra med skribenternas liv och hänger i många fall också samman med *text*. Enligt Rose (2012: 138) iakttar man genom sociosemiotiken hur människor i speciella situationer bildar vissa typer av betydelser i *en kontext* med kommunikativa aktioner. Livsstilsbloggarna formar en speciell kontext i vilken ämnen, interaktion och bilder skapar en helhet. Var och en av dessa bloggelement har sina egna former och funktioner som utreds i denna avhandling och vars aspekter behandlas i avsnitt 4.1.

Begreppet kontext innebär att man måste se både tal och text i sitt sammanhang vilket omfattar hela den språkliga och sociala miljön (Hellspong och Ledin 1997: 49). Man bör alltså undvika att närma sig texterna trångsynt utan däremot vara öppen till större och mindre detaljer och faktorer. Livsstilsbloggarna är inte en enskild enhet utan en del av bloggsfären och gemenskap (se avsnitt 3.4) och de innehåller hänvisningar till webbplatser, andra bloggar och till tidigare blogginlägg. Detta framhäver livsstilsbloggarnas intertextualitet, med andra ord textens anknytningar till olika typer av faktorer som påverkar helheten som varje blogg formar. Därför presenteras Hellspong och Ledins (1997) tre olika kontexter för en text, *den närliggande situationskontexten*, *den intertextuella kontexten* och *den mer övergripande kulturkontexten*, i avsnitt 4.2.

4.1 Bilder och text som semiotiska och multimodala drag i livsstilsbloggar

Enligt Kuikka (2007: 37) bygger betydelser på såväl icke-språkliga som språkliga element. I denna undersökning representerar bilder det icke-språkliga och text det språkliga elementet, då båda är ofta förekommande i livsstilsbloggarna genom

skribenternas texter om och bilder på deras dagliga liv. När man studerar bilder bör man ofrånkomligen behandla begreppet semiotik. Semiotik är en teckenlära som används för att förstå både visuella och verbala tecken och symboler (se t.ex. Wærn, Pettersson och Svensson 2004). Dessutom ger semiotiken analytiska verktyg för att ta isär en bild och för att utreda hur bilden fungerar i relation till bredare betydelsesystem vilket innebär att semiotiken svarar på frågan hur bilder skapar betydelser (Rose 2012: 105).

Det mänskliga språket består delvis av bilder som formar det visuella språket och används för kommunikation. Bilder kan påverka våra tankar och uppfattningar men det verbala språket dominerar ofta vardagen. (Wærn m.fl. 2004: 7-10.) Därför är det viktigt att vara medveten om vissa generella semiotiska principer gemensamma för all mänsklig interaktion. Principerna är närvarande och uppenbara i alla mänskliga kulturer och samhällen. Individerna överallt gör tecken där form och betydelse är kombinerade och har en motiverad relation. Genom tecken uttrycker socialt utformade människor sina intressen och uppfattar betydelser. I processen används det praxis utformade av medlemmar av sociala grupper och deras kulturer. Sådana här praxis är indelade i sociala, semiotiska och kommunikativa principer och uppträder i gemenskaper där det finns en oavbruten process av den sociala interaktionen. (Kress 2010: 9-10.) Dessa principer utnyttjas när betydelser både bildas och tas emot (Rose: 2012: 138).

Formen gör betydelseskapande möjlig (Sjölin 1993: 31). Former kan exempelvis vara färger, perspektiv och linjer som används för att förstå betydelser. Den som gör något tecken skapar en representation av ett objekt i en specifik kontext då hela processen baserar sig på personens kulturiska, sociala och psykologiska historia. (Kress och van Leeuwen 2006: 6-7.) Representation kan presenteras genom olika element som om de används samtidigt kallas multimodala. Bild, text, layout, musik, gest, tal, rörlig bild, soundtrack och 3D objekt är exempel på element som kan användas multimodalt dvs. vid sidan av varandra. De är socialt utformade och kulturiskt givna s.k. semiotiska resurser för att bilda betydelser som gör tecknen mer effektiva och fungerande. De multimodala elementen har egna vägar till betydelse och ger den semiotiska analysen olika perspektiv då text *nämner*, bild *visar* och färg *understryker* och *inramar*. Om två tecken ser olika ut beror det på hur de multimodala elementen är använda. (Kress 2010.) Alla materialiska aspekter och utnyttjade multimodala element är ändå delaktiga till betydelse (Kress och van Leeuwen 2001). Att varje blogginlägg ser olika ut beror således på att skribenterna använder text och bilder på olika sätt. I denna avhandling

uppfattas formen som *en viss struktur* som varierar gällande ämnen, interaktion och bilder. Alla framkommande drag har inflytande till vilka betydelser både skribenterna och läsarna bildar och vilka *uppgifter* de har. Av dessa betydelser och uppgifter formas olika *funktioner*.

Vad som skiljer semiotiken från *sociosemiotik* är enligt van Leeuwen (2005: xi) att den senare synvinkeln i stället för att koncentrera sig bara på ett tecken i sig, utgår från hur man använder semiotiska resurser i interaktion och i tolkning i specifika kontexter som speciella sociala situationer. Sociosemiotiken intresserar sig för betydelsens alla former och de uppträder i sociala omgivningar och interaktioner (Kress 2010: 54). Dessutom iakttar den omständigheterna kring bildens skapande t.ex. varför bilden har tagits samt när och hur åskådare ser den (Wærn m.fl. 2004: 48).

Sociosemiotiken är således en relevant synpunkt när man studerar livsstilsbloggarna som skapas genom texter och bilder. De påverkar i en specifik kontext som innehåller flera sociala element eftersom läsarna kommenterar inlägg och bloggarna formar tillsammans bloggsfären och gemenskapen. Den sociala interaktionens funktionsduglighet beror allmänt på hur väl man förstår varandra. Om skribenten och läsarna representerar samma kultur och delar samma sociala, semiotiska och kommunikativa principer har de goda förutsättningar att uppnå samförstånd, undvika felaktiga tolkningar och bilda samma betydelser för tecknen som i denna undersökning är bilder och text. I följande avsnitt behandlas det textens tre kontexter med hänsyn till livsstilsbloggarna.

4.2 Intertextualitetens kontexter i livsstilsbloggar

4.2.1 Situationskontext

En situationskontext påverkas av verksamhet, deltagare och kommunikationssätt som för sin del består av mindre delar. För *verksamhet* är *tid* och *plats* väsentliga egenskaper liksom dess *syfte*. (Hellspong och Ledin 1997: 49-56.) Vad tiden beträffar i livsstilsbloggarna är att läsaren ser vilka inlägg som är mest aktuella och vilket ämne skribenten har bloggat nyligen om. Dessutom kan läsaren bläddra äldre inlägg för att titta på vad skribenten tidigare har skrivit om. Platsen, bloggen, är bestämd för den har

en fast webbadress. Verksamheten är vidare olik för skribenten och läsaren. Skribenten är den enda som skriver inlägg och beslutar vilka ämnen som behandlas medan läsaren endast kan delta i kommentarfältet om skribenten tillåter det. Det är möjligt att skribenten och läsaren upplever bloggens syfte på olika sätt. Skribenten vill kanske helst träffa nya människor genom bloggen (se avsnitt 3.4) medan läsaren kan vilja bara läsa om någon annans liv utan någon kontakt till skribenten. Det kan antas att både skribenten och läsaren ändå upplever livsstilsbloggarnas syfte på samma sätt. De baserar sig på att skribenten delar med sig av sitt dagliga liv (se avsnitt 3.3) vilket troligen är det mest uppenbara syftet som båda parterna känner igen.

Deltagare har olika roller i en situationskontext. Till *mottagarrollen* hör bestämda förväntningar på hur man borde förhålla sig till texten (Hellspong och Ledin 1997: 52). Till ett blogginlägg anknyter inte något officiellt protokoll utan man får förhålla sig till det hur som helst. Därför kan läsaren relatera sig till blogginläggets text på olika sätt beroende på vad dess ämne är. Läsaren kan hålla med skribenten, ha en avvikande uppfattning, bli inspirerad eller besluta att inlägget är för långt att läsas. Skribenten har *sändarroll* för hon skriver inlägget och står för dess innehåll. Även läsarna har ett slags sändarroll när de kommenterar då skribenten blir mottagaren som väljer sitt förhållande till kommentarer. Rollerna utformar tillsammans *sociala relationer* där det finns olika maktpositioner (Hellspong och Ledin 1997: 53). Aandalen och Ahlström (2011: 37) anser att makten ligger helt hos skribenten som kontrollerar diskussion i kommentarfält. Däremot anser jag att både skribenten och läsaren har makt eftersom skribenten är den enda som beslutar vad bloggen består av men läsaren har makt att välja om hon läser och tittar på allt som skribenten publicerar och om hon återvänder till bloggen.

Kommunikationssättet, slutligen, består av kommunikativa funktioner och aktuella uttrycksmedel till vilka hör *textsyfte*, *kod* och *medium* (Hellspong och Ledin 1997: 54-56). Textsyftet kan variera mycket mellan olika inlägg för skribenterna bloggar mångsidigt om varierande ämnen (se avsnitt 6.1). Koden innebär normerna för språkbruket inom en viss grupp (Hellspong och Ledin 1997: 54). I livsstilsbloggarna verkar man inte vara strikt med rättsskrivning, ordföljd eller satsernas längd eller korrekthet. Vidare kan man blanda olika språk för att formulera ett visst uttryck som urskiljs från den annars enspråkiga texten. Koden inom livsstilsbloggarna är bred för texterna är riktade till många och de handlar om ämnen som kan antas vara gemensamma för flera individer. Livsstilsbloggarnas medier är dator och mobil som

används för att blogga och läsa bloggar. De här medierna är öppna eftersom livsstilsbloggarna är oftast tillgängliga för alla.

4.2.2 Intertextuell kontext

Ingen text fungerar ensam utan har dialog med andra texter och utgör på så sätt en intertextuell kontext. Texter som har likadana syften i en viss verksamhet tillhör en viss *genre* och när de formar en tradition kallas det *vertikal intertextualitet*. (Hellspong och Ledin 1997: 54-56.) Dagboksliknande bloggar kan anses representera en viss genre (se McNeill 2003) och deras blogginläggs struktur och form är oftast likadan mellan olika bloggar: en rubrik, datum och tid står först uppe, sedan kommer det verkliga innehållet och till sist finns möjliga kommentarer (se även avsnitt 6.1). Förbindelser till andra texter kallas för *horisontell intertextualitet*. Exempel på sådant är öppna eller gömda citat och hänvisningar. (Hellspong och Ledin 1997: 57.) Den horisontella intertextualiteten är idén bakom de traditionella bloggarna (se avsnitt 3.1) men man hänvisar till andra webbplatser även i livsstilsbloggarna. Att länka till andra bloggar är vanligt och enligt Kilpi (2006) uttrycker skribenterna på det viset vilka bloggar de uppskattar och till vilken referensgrupp de vill höra.

Om man inte är van vid att läsa bloggar kan inlägg lätt se ut som små separata texter utan någon *koherens*. Inlägg i livsstilsbloggarna anknyter till varandra fast skribenterna bloggar om varierande ämnen. Varje skribent definierar vilka ämnen som hör till hennes blogg och vilka som uppträder oftast. Enligt min uppfattning är varje livsstilsblogg en helhet som formulerar den egen intertextuella kontexten i vilken alla inlägg anknyter till varandra och borde även tolkas i förhållande till varandra. Om man följer någon blogg regelbundet blir man medveten om skribentens ämnen och sätt att skriva. Läsaren kommer ihåg vad skribenten har berättat om ett visst ämne förra gången och ställer nytt information i relation till det som hon redan vet. Skribenten kan underlätta läsningen genom att lägga med en länk till ett tidigare inlägg om ett visst ämne vilket är ett tydligt exempel på den horisontella intertextualiteten i livsstilsbloggarna.

4.2.3 Kulturkontext

Kulturkontext är alltid närvarande i en situationskontext och den kan betraktas ur tre mer detaljerade perspektiv. Den *materiella kulturen* består speciellt av tekniker som används medan den *sociala organisationen* omfattar ”de historiskt framvuxna handlingsmönster som präglar människornas liv i ett visst samhälle” (Hellspong & Ledin 1997: 59). De har inflytande på vilka situationskontexter som uppträder. I den *andliga kulturen* förenas bl.a. möjligen delvis omedvetna attityder och värderingar samt människornas kollektiva idévärldar. (Hellspong och Ledin 1997: 58-59.) Alla de här perspektiven syns i livsstilsbloggar och påverkar dess verksamhet.

En dator är inte nuförtiden det enda användbara tekniska redskapet för att blogga. En mobil med en internetuppkoppling möjliggör att samtidigt blogga och gå. Vidare har nya mobiler så utvecklade kameror att bilder är goda och skarpa. En nybörjare handleds noggrant och enkelt så att bloggandet inte längre är en aktivitet bara för personer med avancerade kunskaper i ADB (se avsnitt 3.1). Den materiella kulturen inom bloggandet har således ständigt utvecklats. Man sitter inte endast framför sin dator utan uppdaterar bloggen på buss på vägen hem från jobbet. Detta innebär att bloggandet inte längre är bundet till bestämd tid och plats.

Den sociala organisationen är en mycket relevant del av bloggandet om skribenten vill attrahera läsare. Förutsättningen är att det finns människor som har både tid och vilja att läsa ens livsstilsblogg. Om den aktiva sociala organisationen kring ens blogg inte fanns skulle det inte heller finnas interaktion mellan skribenten och läsarna. Majoriteten av de finländska skribenterna kan antas vara kvinnor (se t.ex. Hosiokoski 2010) fast det inte ännu finns en noggrann statistik på ämnet. På basis av detta kan det i viss mån antas att en stor del av läsarna också skulle vara kvinnor av många åldrar. Det är utmanande att uppskatta hur mycket skribenternas och läsarnas andliga kultur liknar varandra. Allt vad skribenten berättar syns i bloggen och stannar kvar på Internet. Läsarnas röst hörs i stället bara genom kommentarer medan de flesta av dem är bara besökare på bloggans statistik. Trots det skulle jag anta att både skribenten och läsarna delar åtminstone delvis samma andliga kultur, och därmed skulle också deras attityder, tankar, värderingar och uppfattningar likna varandra. Man vill troligen läsa bloggar skrivna av likasinnade människor vars texter erbjuder glädje och välbehag i stället för negativa känslor. I nästa

avsnitt presenteras och beskrivs kvinnorna i denna studie och visas några individuella drag i deras bloggar.

5 MATERIAL OCH METOD

5.1 Undersökningsmaterial

Materialet i denna avhandling består av 390 blogginlägg skrivna av fyra svenskspråkiga kvinnor i Finland. Bloggarna är hämtade från bloggportalen *Bloggtoppen* som erbjuder möjligheten att hitta finlandssvenska bloggar. Man kan registrera sin blogg på portalen och få vissa förmåner som statistiken på hur många unika besökare eller besökare i allmänhet bloggen har, och hur många som besöker den via *Bloggtoppen*. Man kan kategorisera sin blogg enligt ett tema vilket gör det lättare för läsarna att hitta bloggar som de intresserar sig för. De tre största kategorierna är *Allmänt*, *Vardagsbetraktelser* och *Föräldraskap och barn*. Allmänt och Vardagsbetraktelser är lämpliga för att representera livsstilsbloggar (se avsnitt 3.3) och till avhandlingen har jag valt två bloggar från vardera kategorin. Jag har inte valt bloggarna slumpmässigt utan bekantat mig med dem för att bli säker på att de uppfyller vissa villkor: att skribenterna är vuxna, från 20 till 30 år gamla, och att de uppdaterar sina bloggar regelbundet, det vill säga nästan varje dag.

När man bildar temakategorier måste man känna sitt material grundligt (Dey 1993: 116) vilket sätter förutsättningar för mängden undersökningsmaterial. Jag studerar fyra bloggar som innehåller tillräckligt material för att skapa varierande kategorier. Samtidigt är det relevant att materialet kan behandlas omfattande men enkelt med *kvalitativa* metoder. För att begränsa materialet har inlägg skrivna under en månad (november 2011) inkluderats. Då dessa består av sammanlagt 390 inlägg innebär detta att skribenterna har uppdaterat sina bloggar många gånger om dagen. Dessutom finns det totalt 932 bilder i inläggen och läsarkommentarer i varje blogg, vilket innebär att det finns tillräckligt material för att behandla de alla tre bloggelementen gällande avhandlingens syfte (se vidare avsnitt 5.3).

Den viktigaste informationen om skribenterna och deras bloggar finns samlad i tabell 3. Av tabellen framgår skribenternas pseudonymer som jag har skapat, bloggarnas grundningstid, skribenternas verkliga eller beräknade ålder, antal inlägg under den undersökta månaden, antal bilder och bloggarnas temakategorier på bloggportalen *Bloggtoppen*. Det bör beaktas att åtminstone två skribenter har bloggat tidigare på en

annan webbplats så grundningstid betyder inte nödvändigtvis början av bloggandet. All information är hämtad från bloggarna eller bloggportalen.

Tabell 3. Undersökningens livsstilsbloggar (n=4)

Skribentens pseudonym	Grundningstid	Skribentens ålder	Antal inlägg	Antal bilder	Kategorin på Bloggtoppen
Lycklig mamma	november 2009	30	71	186	Allmänt
Veteranbloggare	oktober 2006	30	104	160	Vardags-betraktelser
Fotoälskare	november 2009	23	112	419	Vardags-betraktelser
Glad flicka	februari 2011	20+	103	167	Allmänt

Lycklig mamma och Glad flicka har Blogger (se avsnitt 3.1) och Veteranbloggare samt Fotoälskare *WordPress* som plattform. Båda plattformerna är gratis och möjliggör även bloggande genom mobilen. De viktigaste funktionerna är att man kan bearbeta bloggans layout - fonter, färger, placeringar, bakgrund - genom olika verktyg, skriva tidsinställda inlägg och upprätthålla kommentarfält. Genom inställningarna kan man begränsa om det är tillåtet att kommentera och får man göra det anonymt eller med signatur. Alla skribenterna i undersökningen har kommentarfält och alla accepterar anonyma kommentarer.

Jag har inte bett om särskilt lov att analysera de här bloggarna då de är offentliga och tillgängliga för alla internetanvändare. Alla bloggarna har många läsare och de kan sägas vara erfarna skribenter eftersom alla har bloggat redan flera år och uppträder med sitt eget namn. De publicerar sina texter, bilder och annat material och vet att vem som helst kan se dem och använda dem på vilket sätt som helst. Skribenterna bloggar om sitt privatliv men var och en drar upp gränser och beslutar vad hon vill berätta och publicera. Det bör beaktas att livet som syns i bloggen är inte lika med verkliga livet och ingen skribent berättar allt om sitt liv.

I analysen koncentreras mer på allmänt än personligt innehåll vilket syns genom uteslutningen av citat som skulle avslöja skribenternas riktiga namn, hemort eller som skulle uttrycka något privat om skribenternas nära anhöriga. Vidare används pseudonymer i stället för namn på skribenterna eller deras bloggar. Inga bilder från bloggarna kommer att presenteras utan deras former och funktioner beskrivs och utreds bara skriftligt. En mer detaljerad genomgång av bloggarna görs i avsnitt 5.1.1–5.1.4.

5.1.1 Lycklig mamma

Lycklig mamma är skribent i en blogg som är grundad i november 2009. Jag har förstått genom läsning av bloggen att skribenten redan tidigare har skrivit i en annan blogg. Skribenten är en ungefär trettio år gammal kvinna som är gift och mamma till ett barn. Hon berättar i sin presentation att hon är ”glad, tacksam och nöjd med sitt liv”. Hon skriver om barnfamiljs vardag och sina värderingar. Vidare finns det längre funderingar om ämnen som är aktuella i hennes liv eller i bloggar som hon följer. Ofta fortsätter hon diskussion vidare i kommentarfälten med läsarna.

5.1.2 Veteranbloggare

Veteranbloggarens blogg är undersökningens äldsta för den är grundad i oktober 2006. Skribenten är trettio år gammal och beskriver att bloggen handlar om hennes intressanta liv. Hon skriver vanligen om jobb, hobbyer, fester, mat och dryck. Hon gör ofta snabba uppdateringar då hon har kommit på någonting på väg någonstans. Vanligen är det något humoristiskt som hon omedelbart vill dela med sig av för att pigga upp läsarnas dag.

5.1.3 Fotoälskare

Fotoälskarens blogg är grundad i november 2009 och hon är en tjugotre år gammal universitetsstudering. Enligt skribenten är hon både filosof och romantiker som tycker om vackra saker. Hon publicerar massor av bilder som är av god kvalitet, färgrika och detaljerade. Skribenten bär sin kamera med överallt för att dokumentera sitt liv. Hon

skriver ofta om kläder och fritid men tar upp också ämnen som hon har starka åsikter om.

5.1.4 Glad flicka

Glad flicka är en kvinna som är mellan tjugo och tjugofem år gammal. Hon studerar vid universitet och jobbar vid sidan av studier. Skribenten berättar att hon tränar, köper kläder och skulle vilja ha mer fritid. I denna blogg har hon börjat skriva i februari 2011 men tidigare har hon haft en annan blogg. Hon bloggar ofta om fritid, kläder och sin vanliga vardag och vill enligt sina egna ord ge glädje för sina läsare eftersom hon är en glad person.

5.2 Analysmetoder

Metoden i denna avhandling är *kvalitativ* (se Grönfors 1982; Eskola och Suoranta 1998; Tuomi och Sarajärvi 2009). När man gör en kvalitativ undersökning bör man hänvisa till hur teoretiska de gjorda observationerna är eftersom individens uppfattningar om ett speciellt område har betydelse gällande undersökningsresultat. All information är subjektiv för forskarens egna föreställningar och tankar formar ramen för undersökningen. (Tuomi och Sarajärvi 2009: 20.) Subjektiviteten sätter följaktligen vissa utmaningar för analys och tolkning och den behandlas och utvärderas i avhandlingens metodiska diskussion i avsnitt 7.2.

Som analysmetod använder jag *innehållsanalys* som enligt Grönfors (1982: 161) ger basen för den teoretiska begrundan men den som analyserar gör själva tolkning. Genom innehållsanalys gör man sitt material klarare för att bilda tydliga och reliabla slutsatser om det undersökta fenomenet (Hämäläinen 1987: 33). Innehållsanalysen kan utföras genom olika utgångspunkter och jag har valt att använda *materialbaserad innehållsanalys*. Genom denna metod väljer man enheter för analysen från sitt material i enlighet med undersökningens syfte och uppgiftsställning för att bilda en teoretisk helhet (Tuomi och Sarajärvi 2009: 95). Valet av metoden anser jag vara lämpligt eftersom mina analysenheter – form och funktion hos ämnen, i interaktion och i bilder - inte är bestämda eller övervägda på förhand vilket enligt Tuomi och Sarajärvi (2009: 95) är ett karateristiskt drag för materialbaserad innehållsanalys. Detta innebär att de

bloggelement som jag studerar och analys som jag genomför baserar sig tydligt på materialet.

När man analyserar dokument bör valet och koncentrationen till vissa delar av dokumentet reflektera frågor som man försöker svara på med sin undersökning (Dey 1993). Ett dokument kan vara allt material som är försatt i skriftlig form, t.ex. böcker, artiklar, dagböcker, brev, intervjuar, tal och dialog (Tuomi och Sarajärvi 2009: 103). Denna avhandlings dokument består av 390 inlägg vars skribenter inte har varit medvetna om att inläggen kommer att analyseras. Undersökningen har således inte haft någon inverkan på ämnen, interaktion eller bilder.

Materialbaserad innehållsanalys består av tre faser: 1) att man reducerar materialet, 2) att man klassificerar materialet och 3) att man skapar teoretiska begrepp (Miles och Huberman 1994: 10-12). Analysen baserar sig på dessa faser men jag har anpassat och förenklat dem lite för att bättre motsvara undersökningsmaterialet. I denna avhandling är det inte meningen att behandla materialet steg för steg på satsnivå vilket ofta görs när metoden används vid temaintervjuer (se Tuomi och Sarajärvi 2009). Eftersom denna avhandlings syfte är att karakterisera och beskriva livsstilsbloggar genom uppträdande ämnen, interaktion och bilder (se även avsnitt 5.3) är det inte relevant att indela hela materialet så tydligt som möjligt utan koncentrera sig på mest definierande och relevanta delar. Naturligtvis bör man ändå känna sitt material grundligt (Dey 1993: 116). Miles och Hubermans (1994) faser har använts för att klassificera uppträdande ämnen och interaktion för att senare kunna analysera deras former och funktioner. Metoden har således tydligt lett behandlingen av materialet.

Dey (1993: 122) framhäver att man måste ha *koherens* mellan de delar som klassificeras för att man ska kunna utvärdera analysens riktighet senare. Koherensen betyder i detta sammanhang att alla inlägg klassificeras enligt text till olika temakategorier. Att jag har anpassat Miles och Hubermans (1994) faser syns så att jag inte har reducerat inläggen innan klassificering utan de har varit samtidiga faser. Inläggens delar som definierat förhandenvarande teman samt presenterat interaktiva drag har blivit markerade och kodade. Detta tillvägagångssätt är i enlighet med min vilja att beakta varje inläggs kontext så tydligt som möjligt. Den systematiska behandlingen med inläggen har underlättat processen att bli samtidigt medveten om både detaljer och om helhetsbilden. De bildade temakategorierna och de identifierade interaktiva dragen (se avsnitt 6.1 och

6.3) representerar Miles och Hubermans (1994) tredje fas i vilken man skapar teoretiska begrepp. Dessutom har Pekkarinens (2012) analysresultat av interaktion i resdagböcker på Internet varit som stöd.

Ett sätt att bilda kategorier är att man får idéer från materialet. Det är viktigt att vara noggrann med att kategorierna är meningsfulla både i förhållande till materialet och till andra kategorier. Under kategoriseringsprocessen rör man sig mellan kategorier och materialet och man bör behandla materialet disciplinerat och systematiskt. Om vissa observationer syns vara liknande eller anknutna till varandra krävs det motiveringar för att valet av kategorin kan rättfärdigas. (Dey 1993.) Att skribenterna behandlar sitt dagliga liv har tydligt tagits i beaktande när temakategorierna bildats. Detta är viktigt för att temakategorierna skulle beskriva noggrant hur mångsidiga ämnen karakteriserar livsstilsbloggarna (se avsnitt 6.1 och 7.1). Vidare har det varit väsentligt att upprätthålla koherensen mellan temakategorierna samt att klargöra tydliga motiveringar. Genom Deys (1993) instruktioner (se nedan) har jag eftersträvat att temakategorierna reflekterar materialet. På det viset har det undvikts att de bara repeterar uppträdande skillnader. Deys (1993: 118) instruktioner för att bilda kategorier är följande (min egen översättning):

- 1) Bekanta dig noggrant med materialet
- 2) Var sensibel med kontext av materialet
- 3) Var flexibel, expandera, modifiera, kassera kategorier
- 4) Överväg förbindelser och undvik onödiga överlappningar
- 5) Utred kriterier som besluten med kategorier består av
- 6) Överväg alternativa vägar att kategorisera och tolka materialet

För analys av bilder i livsstilsbloggarna används innehållsanalys som baserar sig på Roses (2012: 81-103) instruktioner för *innehållsanalys av bilder*. Den består av fyra faser: 1) att välja bilder, 2) att bilda kategorier för kodande, 3) att koda bilder och 4) att analysera resultat. Enligt Rose (2012) är det väsentligt att välja alla relevanta bilder med hänsyn till undersökningens syfte. Samtliga bilder (n=932) har inkluderats vilket ger de bästa möjligheterna att beskriva och karakterisera bilder i livsstilsbloggarna. Kategorierna har bildats på basis av bilders objekt varefter bilderna har kodats enligt dem för att sedan analyseras enligt former och deras funktioner (se avsnitt 5.3). Som

stöd har använts Roses (2012: 16-17) instruktioner för ett kritiskt sätt att närma sig bilder (min egen översättning):

- 1) Ta bilder på allvar: de kan inte fullständigt renodlas till sin kontext då visuella representationer har sina egna effekter
- 2) Tänk på de sociala omständigheterna och effekterna av visuella objekt
- 3) Överväg ditt eget sätt att titta på bilder för det är historiskt, geografiskt, kulturiskt och socialt specifikt

Genom två typer av innehållsanalys och Pekkarinens (2012) tidigare avhandling som stöd eftersträvar jag en noggrann analys av undersökningsmaterialet. I nästa avsnitt specificeras undersökningens syfte och forskningsfrågorna vidare.

5.3 Syftet med föreliggande studie

Det första syftet med denna avhandling är att beskriva och karakterisera finländska svenskspråkiga livsstilsbloggar vars ämnen anses vara dagboksliknande och anknyta till skribentens liv och vardag. Med livsstilsblogg avser jag i denna avhandling en blogg där skribenten delar med sig av sina erfarenheter, uppfattningar, känslor och tankar som anknyter till hennes dagliga liv.

Fyra livsstilsbloggar behandlas ur tre synvinklar; uppträdande ämnen, interaktion och bilder. Dessa bloggelement analyseras enligt *form* och *funktion* där var och en av dem anses ha egna speciella drag som är karakteristiska för livsstilsbloggarna. Formen uppfattas som *en viss struktur* som varierar beroende på elementet medan med funktion avses de *betydelser och uppgifter* som formerna har. Studiens andra syfte är att genom sammanfattningen av de studerade formerna och funktionerna formulera tre modeller för ämnena, interaktionen respektive bilderna i livsstilsbloggarna.

Målet är inte att jämföra skribenterna med varandra utan behandla dem som helhet för att uppnå en beskrivning och karakterisering av livsstilsbloggar och vidare att presentera en modell baserad på former och funktioner. Emellertid kommer jag att ge akt på vissa drag gällande skribenternas interaktionsvanor och deras bilder, för att peka ut att skribenterna är individer och har sina individuella egenskaper.

Analysen syftar till att svara på följande frågor:

- Vilka former kan urskiljas i de uppträdande ämnena, interaktionen och bilderna i de undersökta inläggen i fyra svenskspråkiga livsstilsbloggar?
- Vilka funktioner har formerna i dessa livsstilsbloggar?
- Hur förhåller sig form och funktion till varandra i de uppträdande ämnena, interaktionen och bilderna?

6 ANALYS

I detta kapitel kommer jag att analysera och tolka undersökningsmaterialet. I avsnitt 6.1 klargör jag vilka former, det vill säga temakategorier, man kan frambringa av ämnen som uppträder i finländska svenskspråkiga livsstilsbloggar och vilka funktioner de har. I avsnitt 6.2 presenterar jag interaktionens former, det vill säga de interaktiva dragen, samt deras funktioner. I avsnitt 6.3 klarlägger jag vidare bildernas (n=932) former och betraktar deras funktioner. I analysen har jag tagit hänsyn till att text och bilder är publicerade i en livsstilsbloggarnas speciella kontext. Citat kommer att användas både för att poängtera temakategoriernas ändamålsenlighet och för att tydligare klarlägga olika interaktiva drag samt skribenternas interaktionsvanor. Jag har raderat eventuella namn som skulle förekomma i citat.

6.1 De uppträdande ämnena i livsstilsbloggar

Den layoutmässiga formen (se avsnitt 4.1) är enhetlig i undersökningens blogginlägg (n=390) då de har en viss struktur: varje inlägg har en rubrik och ett datum varefter kommer innehåll och till sist finns ett kommentarfält och möjliga kommentarer. De varierande uppträdande ämnena skiljer dock de enskilda inläggens strukturer från varandra och utgör sju olika former för texter (se tabell 4 nedan). Texten benämner (Kress 2010: 1) och säger det som skulle vara svårt att visa vilket syns tydligt i inläggen eftersom skribenterna berättar skriftligt om sitt liv nästan varje dag. Det skulle vara omöjligt för skribenterna att visa alla tankar genom bilder.

De semiotiska principerna för mänsklig interaktion (se avsnitt 4.1) uppträder genom texterna i inläggen eftersom de är gjorda av socialt utformade skribenterna som uttrycker sina intressen. Genom inläggen uppfattar och bildar både skribenterna och läsarna betydelser vilket innebär att de som en gemenskap delar samma semiotiska, kulturella och kommunikativa praxis. Jag har kombinerat de uppträdande ämnena och klassificerat dem till sju *temakategorier*: Fritid, Mänskliga relationer, Vardag, Utseende, Observationer, Åsikter och Bloggande. Kommentarer eller bilder har således här inte haft avgörande inflytande på temakategorierna.

Som det framgår av tabell 4 är Fritid den absolut största kategorin med 106 inlägg och Bloggande den minsta med 16 inlägg. De funktioner som kan urskiljas är att skribenterna vill *berätta om sitt liv från olika synvinklar* och *skapa den aktiva interaktionen* i sina bloggar genom att behandla varierande ämnen. Enligt Chen och Ohta (2010: 27) erbjuder bloggen stöd till saker som en anser vara viktiga och intressanta vilket framkommer av temakategorierna för de representerar saker som skribenterna upplever som betydelsefulla. I följande sju avsnitt kommer jag att noggrant redogöra för de uppträdande ämnena i varje temakategori samt att ställa möjliga orsaker och motiveringar till varför skribenterna bloggar om dem. Genom citat vill jag visa varje temakategoriens speciella karaktär.

Tabell 4. Inläggen (n=390) klassificerade enligt temakategorier (form) och frekvens

Temakategorier	Lycklig mamma	Veteran-bloggare	Foto-älskare	Glad flicka	Totalt
Fritid	9	31	36	30	106
Mänskliga relationer	35	9	17	4	65
Vardag	5	19	16	22	62
Utseende	1	16	25	20	62
Observationer	10	18	5	18	51
Åsikter	10	7	9	2	28
Bloggande	1	4	4	7	16
Antal alla inlägg	71	104	112	103	390

6.1.1 Fritid

Den största kategorin *Fritid* består av skribenternas inlägg om olika *hobbyer, sysselsättningar, aktiviteter, evenemang* och *fester*. På fritiden slappnar skribenterna av men är fortfarande åtminstone lika aktiva som med vardagens plikter (se avsnitt 6.1.3). De springer, rastar hund, går på gym, klättrar, läser böcker, lyssnar på musik, går på bio, festar, lagar mat, planerar hemmets inredning och drömmer om tillkommande *resor*. De flesta aktiviteter kan uppfattas som vanliga och tillhör den genomsnittliga individens

vardag. Emellertid skapas det en energisk och händelserik föreställning av skribenternas fritid när de regelbundet bloggar om deras fritid. Motionerande omnämns i alla fyra skribenters texter och den verkar ge både kraft och energi för vardagen. Skribenterna rapporterar om de har gjort något som de är stolta över som det framgår av exemplen 1 och 2. Under den stressiga tidsperioden blir hobbyn en viktig andhämtningspaus men kan också vara en möjlighet att tillbringa tid med andra. Dessutom upplevs motionerandet som nyttigt för utseende och hälsa som exemplen 3 och 4 visar.

(1) Sedan i fredags är jag återigen en sådan som springer.

[Lycklig mamma]

(2) Idag gjorde jag ett galet personligt rekord då vi klättrade i

-- Jag klättrade nämligen hela 16 meters väggen för första gången i mitt liv. [Veteranbloggare]

(3) Har kommit in i ett så bra träningsflow den här hösten.

Grekländskilona har runnit av mig (gick upp 2.5 kg på en vecka, haha) och jag går omkring och känner mig ganska snyk. Jättegood for me, jag vet. Nu blir det mat och sedan gymmet. [Glad flicka]

(4) -- men när jag väl infunnit mig i yogasalen på gymmet klockan sju

var jag på mycket bättre humör. Jag måste nog börja yoga oftare för min höft mår så bra av det, och jag gillar verkligen yoga. [Fotoälskare]

Litteratur förekommer i ett par inlägg men böcker tycks inte vara ett populärt tidsfördriv. Genom texter får man uppfattning att skribenterna lever ganska aktivt liv med många plikter och sysselsättningar vilket torde vara en orsak till att de inte har tid att fördjupa sig i böcker. Å andra sidan är det ändå möjligt att skribenterna läser regelbundet men upplever att böcker inte är ett så intressant ämne att skriva ofta om. Lycklig mamma har två inlägg som behandlar endast böcker som hon håller på att läsa. Båda inläggen består av bara två meningar vilket antyder att fast hon läser skönlitteratur upplever hon inte sin blogg som en kanal för att diskutera ämnet. Därutöver frågar Glad flicka om någon har läst en viss bok men ingen svarar på. Möjligen anser läsarna inte heller litteratur som ett intressant ämne. I stället för litteratur hänvisar skribenterna mer ofta till teveprogram eller filmer som de har sett. Vidare kan de också rekommendera vissa av dessa. Det syns ändå att man bloggar hellre om fritiden som har att göra med evenemang och aktiva sysselsättningar vilket förmedlar en driftig uppfattning. Fester är ett vanligt ämne under veckoslut för de tre skribenter som inte har bildat familj. De berättar om de ska festa på kvällen samt beskriver kvällen och möjligen

publicerar bilder följande dag. Man glömmer således inte sin blogg helt på fritiden utan tar bilder för den. Om skribenterna har varit på någon bar eller restaurang nämner de nästan alltid ställets namn vilket eventuellt gör aktiviteten mer konkret. Läsarna kan även känna igen stället och om en läsare brukar tillbringa tid på samma plats delar hon något kulturellt med skribenten (se avsnitt 4.2.3). Vidare kan det tänkas om vissa ställen anses vara bättre och trendigare än andra och om de möjligen kunde ha inflytande till ens image. Exemplet 5 beskriver hur skribenten berättar om sina planer och exemplet 6 hur man beskriver gårdagskvällen.

(5) Jag och - - börjar fundera om man kanske ändå skulle fara ut på middag ikväll och sedan ut och dansa. Isåfall blir det nog Kino senare, inte lika stort dansgolv som på Escape vi besökte i Amsterdam förra helgen, men visst duger det. [Fotoälskare]

(6) Gick in till Hiili och kollade menon – otroligt dött. Drog till tråkiga Glöd som visade sig från sin bästa sida igår! Ett stort gäng med kompisar och årsfestare, billiga drinkar och några moves på dansgolvet gjorde kvällen. [Glad flicka]

Tre skribenter planerar resor utomlands för att tillbringa tid i solen eftersom de upplever Finlands mörker och kyla som nedslående och tråkiga. Resandet skiljer sig från den allmänna fritiden och att planera och drömma om resor syns vara nödvändigt för att orka i vardagen som det framgår av exemplet 7. Man tummar inte på resandet utan är redo för att arbeta extra för att förverkliga sin fritidsdröm som exemplet 8 visar.

(7) Det finns inget bättre än att resa. Jag är så glad att jag får fara till Spanien i januari och att Han också nu är med på noterna för en resa till Paris senare i vår. - - Hur ska man annars klara av att bo i dessa nordliga breddgrader? [Fotoälskare]

(8) Nu då det tar i huvudet som mest så försöker jag komma ihåg att fördom pengarna ska jag resa till Thailand. [Veteranbloggare]

Vid sidan av att delta i fester och att träffa vänner bloggas det också om evenemang som har en mer specifik karaktär. Glad flicka och Veteranbloggare deltar i musikmodeevenemang som kan kräva en inbjudan. Det bör beaktas att vissa evenemang för Veteranbloggare är en del av jobbet och att då gränsen mellan arbetsliv och fritid kan synas litet oklar för läsarna. Alla skribenterna är inbjudna till Bloggpriset 2011 som är en årlig prisutdelningssgala för finlandssvenska skribenter. Ett sådant här evenemang kan

förmodligen låta främmande för en genomsnittlig läsare som knappast deltar i en gala på sin fritid.

När man bloggar om sin fritid skriver man tydligt mest om den vanliga fritiden som läsaren har lätt att identifiera sig med. Ibland har skribenterna troligen ingenting speciellt att göra men det skriver de sällan om. Det kan bero på att sådana stunder är för tråkiga och vardagliga att rapporteras och bjuder läsarna ingenting. Denna temakategori ger stöd till uppfattningen att skribenterna och läsarna delar samma kulturella praxis och andliga kultur (se avsnitt 4.1 och 4.2.3).

6.1.2 Mänskliga relationer

Varje skribent bloggar om sina *familjer* och *vänner* som jag har kombinerat och klassificerat som kategorin *mänskliga relationer*. Kategorin omfattar inlägg vars innehåll klart handlar om antingen familjemedlemmar eller vänner. Fast en jämförelse mellan skribenterna inte är syftet med denna studie är det ändå väsentligt att beakta att Lycklig mamma bloggar klart mest om mänskliga relationer för över hälften av hennes inlägg (n=71) behandlar temat. Sannolikt beror detta på att hon är mamma och tillbringar mycket tid med sitt barn. Fotoälskare och Veteranbloggare berättar också ibland om sina familjer och vänner men andra teman är vanligare än detta. Däremot spelar mänskliga relationer inte så synlig roll i Glad flickas blogg för skribenten har många andra teman som hon skriver oftare om.

Känslor som man har gentemot viktiga människor visas öppet som det framgår av exemplen 9 och 10. Lycklig mamma beskriver vad hennes barn har gjort och hur mycket hon älskar det. Vidare betonar hon ofta familj och släktens betydelse som i exemplet 9. På farsdagen uttrycker alla skribenterna både dagens speciella karaktär och hur de kommer att tillbringa den. Fotoälskare tillägnar ett helt inlägg för sin far. Inlägget är mycket personlig och det blir klart för läsaren vad skribenten känner för sin far som det framgår av exemplet 10.

(9) Jag har inte låtit bli att blogga för att läget varit dåligt utan för att läget varit så oerhört bra. De här kvinnorna som är mina [s]måsystrar är några av de absolut viktigaste människorna som finns i mitt liv. Vi har det bra tillsammans. Vi är en bra grupp. [Lycklig mamma]

(10) Han är ambitiös och ödmjuk och gör allt för att vi i familjen ska ha det bra. Han är en riktig familjefar. Jag älskar honom så mycket med hela mitt hjärta, så där som bara ett flickebarn kan älska sin far. [Fotoälskare]

Alla skribenterna berömmar sina vänner och berättar om gemensamma sysselsättningar som exemplet 11 beskriver. När skribenterna träffar vänner är den centrala punkten samvaron medan eventuella aktiviteter blir sekundära. Exempelen 12 och 13 visar hur skribenterna anger att tiden tillsammans har varit roligt och hur sällskapet är allra viktigast. Exemplet 13 bevisar samtidigt att vänner är medvetna om bloggen (se även avsnitt 6.2.2). Antagligen blir vänner nöjda med att skribenterna ofta iakttar dem och vill offentligt berätta hur viktiga vänner är.

(11) Jag inledde dagen med brunch hos och med goda vänner, fortsatte med eftermiddagskaffe med lika goda vänner och avslutade med skype-dejt med en av de allra, allra bästa. [Lycklig mamma]

(12) Min bästa flickkompisar är så fina, smarta och roliga. Hur lyckligt lottad är inte jag? [Glad flicka]

(13) Men sällskapet kompenserade för allt annat.
TACK för en superhärlig fredag flicks! [Fotoälskare]

6.1.3 Vardag

Till temakategorin *vardag* har jag klassificerat de inlägg som handlar om *arbete*, *studier*, *plikter* och *uppgiftslistor* som fyller skribenternas vardagar. Alla skribenterna beskriver sin vardag regelbundet och öppet. Lycklig mamma och Veteranbloggare är båda utexaminerade och senare har både ett heltidsarbete som hon berättar öppet om och ett frilansjobb som hon också klargör litet. Glad flicka jobbar vid sidan av universitetsstudier. Arbetsplatsen framgår av bloggen och läsarna kan dra slutsatser om hurdant hennes jobb är. Fotoälskare studerar också vid universitet och hon och Lycklig mamma nämner övergående sina tidigare arbeten men det framgår inte om de arbetar i november 2011.

Fast både Veteranbloggare och Glad flicka verkar allmänt tycka om sina arbeten och vidare berömmar Veteranbloggare det också som intressant känns det ibland svårt att orka jobba vilket de beskriver öppet som exemplen 14 och 15 visar. De arbetande

läsarna kan säkert identifiera sig med skribenternas frustration när jobbet känns outhärdligt. Det syns i exemplet 16 att man inte brukar blogga bara om negativa upplevelser utan vill dela med sig också arbetets positiva och givande sidor. Det bildas en mångsidig och sanningsenlig uppfattning om skribenternas arbetsliv därför att de uttrycker alla slags känslor kring jobbet. Sannolikt motsvarar denna uppfattning erfarenheter av en genomsnittlig anställd och igenkänns av läsarna.

(14) Dåligt humöööör. För lång dag idag. Skit-tung dag på jobbet.
Pausade för länge och fick ingen flow efter det. [Glad flicka]

(15) Fuuuuuck jag är så himla omotiverad med mitt frilansjobb just nu.
Kommer liksom inte alls igång. [Veteranbloggare]

(16) Jag har haft världens stressigaste, nervösaste, siistigaste och roligaste arbetsdag idag. Om jag bara fick berätta om vad jag gjort idag, men jag får inte för det är en hemlis än så länge. [Veteranbloggare]

Studier framkommer i Fotoälskare och Glad flickas inlägg. Vanligen beskriver de uppgifter som måste göras och berättar om det har hänt något speciellt på lektioner. Studiernas betydelse syns i Fotoälskarens inlägg för hon har en ambitiös inställning till studier och strävar efter för att uppnå sitt mål vilket hon vill uttrycka också i sin blogg. I exemplet 17 beskriver skribenten hur hon har bevisat att valet av studielinjen varit rätt för henne vilket säkert uppmuntrar läsarna i samma situation. Medan man kan anse uppgifter och tentor som nyttiga utmaningar kan studierna förorsaka också stress som syns i exemplet 18. Återigen kan läsaren hitta sina erfarenheter och attityder och jämföra dem med skribenternas tankar.

(17) Men jag visste alltid själv att det här var rätt för mig och nu när jag redan klarat av min bachelour, med nästan toppbetyg, och påbörjat min master så tror jag att jag bevisat för alla andra också att det här ÄR min grej. - - men sanningen är ju att jag älskar det jag studerar.
[Fotoälskare]

(18) Drog till skolan efter jobbet. Skolan är så tråkig för tillfället.
Skulle bara vilja jobba och förtjäna pengar. Nånää. Ska NJUTA av det studieliv jag har kvar. Öh. [Glad flicka]

Vid sidan av att blogga om arbete och studier verkar det vara typiskt att lista plikter som skribenterna antingen har redan gjort eller har framför sig. Möjligen blir plikter mer konkreta för skribenten i en skriftlig form men samtidigt berättar listor för läsarna vad

skribenternas dag verkligen består av. Listor förklarar också varför man inte alltid hinner blogga så mycket vilket tyder på att skribenterna vill beakta sina läsare (se även avsnitt 6.2). Vidare kan listor ha inflytande till hurdan image läsarna formar av skribenterna. Exempelen 19 och 20 bevisar att skribenterna är aktiva, energiska, driftiga och de har bråttom. Troligen vill man hellre uppfattas som driftig och tilltagsen än passiv.

(19) - - dagens to do är: gå igenom det sista skolmaterialet innan seminariet som starta tio, städa lägenheten och tvätta kläder, gå till gymmet, skaffa fler kursböcker samt påbörja hemtentan... - - tänkte göra något gott till middag och ringa min bf... [Fotoälskare]

(20) Lång dag idag så vi får höras klockan nie. Skola, jobb, träning och lunch date. Bland annat. [Glad flicka]

6.1.4 Utseende

Utseende förekommer i viss mån i alla fyra livsstilsbloggar. Lycklig mamma funderar vid något tillfälle ingående på utseende men jag har klassificerat inlägget som åsikt (se avsnitt 6.1.5). Vidare berättar hon kort om sitt eget utseende i ett inlägg men annars bloggar hon inte om *kosmetik*, *skönhetsvård* och olika *produkter* som däremot uppträder i andra tre bloggar. Vidare skriver två skribenter också recensioner av produkter. *Kläder* och *stil* är också synliga i samma tre bloggar fast ingen av skribenterna beskriver att bloggen skulle handla om *mode* eller stil.

Att klä sig är en väsentlig del av vardagen för man bör besluta varje dag sin klädsel. Att blogga om sina kläder hänvisar till att de spelar en speciell roll i skribenternas vardag och representerar deras utseende. Veteranbloggare, Fotoälskare och Glad flicka publicerar inlägg om deras *outfit* i vilka de presenterar kläder, *accessoarer* och *smycken* som haft på sig på inläggets bilder (se också avsnitt 6.3). Vidare nämner Glad flicka och Fotoälskare under bilder klädmärken eller namn på butik som säljer dessa plagg. På så sätt vill de troligen undvika läsarnas frågor om var något plagg har köpts. En del av läsarna söker efter tips för sitt eget sätt att klä sig och inspirerar sig i bloggar vars skribenter har en stil som läsaren tycker om (se t.ex. Noppari och Hautakangas 2012). Jämfört med mode- och stilbloggar spelar kläder inte så stor roll i livsstilsbloggar men det är ändå synligt att också vissa skribenter av sådana här bloggarna vill visa sin stil.

Ett eget sätt att klä sig möjligen representerar individen och kan beskriva vem skribenten är. Man tar inte ändå kläder på allvar som det framgår av exemplet 21.

(21) Ena dagen har jag klänning, ena indian-nomad hypat och den tredje är jag osminkad i verraren och keps. Men jag tycker finessen med kläder är att du KAN byta stil. Varför köra samma stil hela tiden? Genom att växla kan jag vara oförutsägbar. Och jag ÄLSKAR det oförutsägbara. Varför vara som alla andra när du kan vara dig själv?
[Fotoälskare]

Var och en skribent presenterar och beskriver sitt utseende genom bloggen och till detta utnyttjas ofta även bilder som har en speciell roll då skribenterna nästan varje dag publicerar bilder på själva (se avsnitt 6.3). Emellertid är bilder inte den enda vägen att behandla detta tema för skribenterna kan blogga om någonting som hänvisar till deras relation till eget utseende. Veteranbloggare har kopierat en bild på en kurvig Marilyn Monroe och en smal Victoria Beckham klädda i baddräkter typiska för sin tid. Det är uppenbart att man med hjälp av bilden vill få tittaren att jämföra den synliga storleksskillnaden mellan kvinnorna. Skribenten beskriver sina känslor som bilden framkallat i exemplet 22. Det behöver inte vara skrivet medvetet för att läsaren kan dra slutsatser i vad som skribenten tycker speciellt mycket om i sig själv eller vad som irriterar henne som det syns i exemplen 23-24. Fast skribenterna inte brukar klaga om sitt utseende i bloggen på riktigt syns det att man oftare skriver om irriterande än positiva drag i eget utseende.

(22) Visst är det sjukt att skönhetsidealet ändrat sådär? Jag blir liksom föttig för jag inte alls passar in i Victoria-modellen, men herregud så bra Marilyn jag skulle vara! [Veteranbloggare]

(23) Att vara självlockig är att själv känna att man har världens sämsta hårdag och sedan uppleva hur håret får mera kärlek än någonsin av alla andra. [Lycklig mamma]

(24) Katastrof, jag har ett giga sår/finne på hakan och det vill inte läka. - - Jag har en riktig ful-kväll idag. Min hy är så ful. Varför kan jag inte se ut som i maj med nyklippt hår och en liten ljus fräsch bruna? Som tur har jag inte ful-äckel-deppar ofta och det är glömt imorgon - -
[Fotoälskare]

Glad flicka och Veteranbloggare skriver recensioner av skönhetsvårdprodukter. Den förstnämnda berättar om en hårmask som tar bort de gula tonerna ur blondt hår. Hon är

mycket nöjd med produkten och har troligen skaffat den själv för hon nämner inte någonting annat. Ett par veckor senare får hon ändå hårprodukter av samma märke till testning vilket tyder på att livsstilsbloggar inte läsas bara av kvinnor som vill tillbringa tid. Glad flicka är litet osäker på produkterna men överraskas positivt. Hon uttrycker sin belåtenhet och beskriver noggrant hur hon har använt produkterna för att uppnå en behaglig frisyr.

Veteranbloggare testar för sin del duschprodukter som ett kosmetikföretag har skickat henne. Tidigare har hon testat smink av samma företag men inte tyckt speciellt mycket om färgerna. Hon presenterar produkterna och deras egenskaper genom direkta citat som är hämtade från företagets webbsidor. Hon berättar i vilken ordning hon har använt produkterna, hur testandet har fungerat och hurdan helhetsbild hon har fått. Vidare finns det hyperlänkar som tar läsaren till företagets webbsidor vilket tyder på bloggans intertextuella kontext (se avsnitt 4.2.2). Det är gemensamt i båda recensionerna att före testandet är båda skribenterna lite skeptiska mot produkterna som ändå visar sig vara lämpliga och rekommendabla.

Med undantag av de här recensionerna beskriver skribenterna inte noggrant olika produkter utan bara nämner sådana som de är mycket nöjda med. Däremot brukar man inte hänvisa till kosmetik som inte behagar vilket kan bero på att man inte vill ge plats för produkter av dålig kvalitet i sin blogg. I denna undersöknings blogg syns reklam bara i recensionerna. Det bör beaktas att läsaren inte vet om skribenterna har fått produkterna med detta villkor att de skriver om testningen eller om det har varit frivilligt men förstås önskvärt.

6.1.5 Observationer

Till denna kategori hör sådana inlägg som behandlar skribenternas *observationer* av sin vardag och som nästan alltid uttrycker också någon *känsla*. Vidare har jag inkluderat inläggen som handlar om *hälsa* och *tillstånd* i de fall skribenterna observerar också dem. Olika känslor uppträder naturligtvis också i inlägg tillhörande de andra temakategorierna men är då i mindre roll än det dominerande temat. Skribenten kan blogga om att hon är mycket glad över att hon snart träffar sina bästa vänner. Glädjen förmedlas då klart men jag skulle ändå klassificera inlägget till mänskliga relationer

eller till fritid beroende på den övriga kontexten. När någon känsla dominerar inlägget anknyter den vanligen till *fundering* eller observation som exemplet 25 visar.

(25) Är det här det känns att bli gammal? Att inte orka på samma sätt?
Och att inte ens sörja det? [Lycklig mamma]

Observationer är vanligen korta iakttagelser som en roande bild i en tidning, en ny funktion i mobilen eller något roligt missöde som i exemplet 26. De är vanligen humoristiska och underhållande men kan också behandla någon negativ upplevelse som i exemplet 27. Av observationerna framgår det att de rapporteras i bloggen nästan omedelbart. Enligt min uppfattning innebär det att skribenterna vill dela med sig av sina observationer för att så fort som möjligt underhålla och pigga upp läsarna eller för att få dem att föreställa sig en viss sak.

(26) Dagens mest okaraktäristiska för mig: att vi har ett
julsängöverkast. Jag känner ingen annan som har ett sådant. Och jag
känner ingen med lägre sannolikhet att ha ett sådant. [Lycklig mamma]

(27) Nu läste jag just i Metro att vår Siwa verkligen hade blivit rånad i
fredags. Huj! [Veteranbloggare]

Såsom om observationer bloggar man oftast om sina känslor nästan samtidigt som de uppträder. Man kan fundera på om skribenten behandlar och bearbetar dem samtidigt som de förekommer som exemplet 28 tyder på. Ibland kan skribenten vara så förvirrad att det är svårt eller omöjligt att tolka vad som har hänt eller om hon till slutet är på positivt eller negativt humör. Möjligen är hon inte ens ännu säker på det men vill ändå dela med sig av också den här oklara stunden. Genom skrivandet kan tankar bli klarare och troligen är det ett medvetet val att inte öppna situationen noggrannare. I alla fall vill man uttrycka att någonting är på gång som det framgår av exemplet 29.

(28) Jag älskar mitt liv som det är. Jag älskar att kunna stå i mitt kök
och skråla med till låten och minnas tillbaka på teiniangsten.
[Veteranbloggare]

(29) Ibland kan de minst tippade omständigheterna leda till de mest
uppskattade konsekvenserna. Klockan är kvart före två och jag är redan
hemma. Och med det är allt redan sagt. [Lycklig mamma]

6.1.6 Åsikter

Ingen skribent är rädd för att ta ställning till saker som de upplever viktiga. Man kan skriva långa genomtänkta *åsikter* som klargör att man verkligen har tänkt över sin synvinkel och dess framställning. En åsikt kan också uppträda kort i samband med de senaste nyheterna om skribentens liv. Fast de tycks vara mer spontana och oplanerade än noggrant formulerade åsikter har de blivit mest betydelsefulla när jag har klassificerat något inlägg till denna kategori. Korta åsikter är t.ex. *värderingar* av restauranger och platser. Skribenten iakttar restaurangers service, berömmar mat och vågar också berätta om någonting inte har motsvarat förväntningarna som det framgår av exemplet 30. Korta åsikter anges också om teveprogram, filmer och tidningar och det inte nödvändigtvis finns speciella motiveringar som det framgår av exemplet 31.

(30) - - men det här min andra gång där och fortfarande är det nog inga fyrverkerier som brakar av. Jag tror de vill uppnå samma standard som Sturehof och East, personalen är super men tyvärr är inte maten nog inte tillräckligt god (med tanke på priset främst). I'm sorry.
[Fotoälskare]

(31) Jag har länge beställt på söndags-HBL men jag blir så trött på den tidningen. Visst det är kiva med finlandssvenskt men ofta orkar jag inte ens läsa grejerna, flummar bara igenom. - - Nu ger jag Hesari en chans. Jag tror den är mångsidigare och att jag hittar mer intressant i den.
[Veteranbloggare]

Ett ämne som framläggs kan vara komplext och tydligt argumenterat och kräva ett helt inlägg. Med dessa längre åsiktstexter vill man ta upp ett speciellt ämne och öppna diskussion kring det vilket stöder Kilpi (2006: 97) som anser att bloggarna är gemenskapsmedier som möjliggör mångsidiga diskussioner. Skribenterna eftersträvar att få läsarna att fundera på skribentens synvinkel och att visa sin egen åsikt (se även avsnitt 6.2). Skribenternas längre åsikter blir förklarade och argumenterade för (eller emot) i stället för korta konstateranden utan motiveringar. Sådana ämnen som skribenterna koncentrerar sig noggrannare på är Facebook, pälsar, bloggande, vänskap, diet, hurdana krav kosmetikindustri och samhället uppställer och om barn borde gå till daghem eller stanna hemma. Alla de här ämnena väcker diskussion och ibland kan läsarna vara mycket kritiska mot skribenternas åsikter eller inte alls acceptera dem (se vidare avsnitt 6.2.3). Detta visar att läsarna får vara fria i sin mottagarroll, välja hur de tar emot skribentens text och om de håller med (se avsnitt 4.2.1).

6.1.7 Bloggande

Denna kategori är den minsta då den består av speciella typer av inlägg som uttrycker *bloggandets* mångsidiga möjligheter och verkar vara karakteristiska för livsstilsbloggar. Det finns inte en enhetlighet på samma sätt som i de andra temakategorierna utan inläggen är mer varierande. De definierande dragen är att de förutsätter *interaktion* med läsarna eller andra skribenter och anknyter endast till bloggar. Läsarna kan be skribenten att blogga om ett visst ämne som hon anses veta någonting speciellt om eller de kan vara intresserade av att höra skribentens åsikt om ett visst fenomen. Skribenten hänvisar till läsarens önskan i början av *ett önskeinlägg* i vilken hon då bloggar om ett visst ämne. Tre skribenter ombes att berätta mer om ett ämne som redan har uppträtt i bloggen och sådana är bl. a. hobbyer, studier och barnuppfostran. Det som skiljer ett önskeinlägg och ett vanligt inlägg med samma ämne från varandra är en klar hänvisning till läsarens begäran. Det kan antas att skribenterna blir nöjda och glada när läsarna vill höra särskilt deras åsikter och erfarenheter och t.ex. Fotoälskare funderar noggrant på hur man kan komma igång med kandidatavhandling. Skribenterna upplevs som ett slags experter som har information och goda råd för individer i samma situation. Läsarna litar på skribenterna och sätter värde på deras ord och upplevelser.

Fotoälskare och Glad flicka gör *ett frågeinlägg* vilket är karaktäristiskt på så sätt att läsarna får ställa frågor till skribenten som samlar ihop dem och svarar på dem i ett separat inlägg. Frågorna är mångsidiga och handlar vanligen om skribentens liv, favoritsaker, bloggande, boende, studier, arbete och åsikter. Sådana här inlägg är nyttiga både för nya och gamla läsare. Nya läsare vet inte ännu mycket om skribenten och kan genom frågeinlägget bekanta sig med henne. Gamla läsare lär för sin del känna skribenten ännu bättre. Förstås kan man ställa frågor också i kommentarfält men oftast frågar man bara saker som har att göra med inläggets tema.

Dessutom kan skribenter skicka *utmaningar* till varandra vilket betyder att de svarar på vissa frågor och därefter skickar dem vidare. Till Fotoälskare och Glad flicka skickade utmaningar handlar delvis om bloggande. Fotoälskare svarar på frågor om favoritsaker men får dessutom berätta varför hon har börjat blogga och vilka bloggar hon följer, medan till Glad flickas given utmaning behandlar galan Bloggpriset 2011. Hon bör förmoda vinnare, beskriva sin egen galaklädsel och gissa vilka accessoarer man kommer att se mest.

I inlägg i denna temakategori tar tre skribenter ställning till bloggandet som väcker frågor bland läsarna men får också skribenterna själva att fundera. Varje skribent övervägar troligen emellanåt varför hon har börjat blogga och varför hon vill fortsätta det. Vidare bör hon ofrånkomligen tänka på hurdan bild hon ger av sig genom bloggen och om den motsvarar hennes egen uppfattning. Som Fotoälskare konstaterar i exemplet 32 är det frågan om att berätta om eget liv och att få diskutera med andra som intresserar sig för samma ämnen.

(32) Jag berättar gärna om mitt liv till främlingar - - Jag älskar att få skriva av mig och diskussionerna som uppstår med likasinnande är ju fantastisk. [Fotoälskare]

Som det syns finns det tydlig interaktion mellan skribenterna och läsarna. Interaktionen relaterar vidare till olika kommunikationssätt som skribenterna använder för att ta kontakt med läsarna. I nästa avsnitt kommer jag att presentera vissa interaktiva drag som uppträder i dessa livsstilsbloggar.

6.2 Interaktionen i livsstilsbloggar

Alla skribenterna i denna undersökning är medvetna om läsarna vilket framgår tydligt av deras vanor att ta kontakt. Skribenterna beaktar sina läsare regelbundet på olika sätt och har kommentarfält som möjliggör att läsarna kan kommentera antingen med en signatur eller anonymt. Interaktionen bildas genom *hälsningar, önsknings, tilltal, frågor* och *kommentarer* som här representerar interaktionens fem former i livsstilsbloggarna. Kategorierna bygger på Pekkarinens (2012) studie av resdagböcker på Internet i vilken hon identifierade interaktiva drag. Till skillnad från hennes studie, där frågorna var *retoriska*, är frågorna i denna analys *direkta*. Detta tyder eventuellt på större grad av interaktion i livsstilsbloggar jämfört med resdagböcker.

Interaktionen i livsstilsbloggarna formas av sociala situationer mellan skribenterna och läsarna. Interaktionen är en väsentlig del av livsstilsbloggarna och dess tydliga funktion är *att skapa den aktiva interaktionen*. Deras andra funktion är *att skapa samhörighetskänsla* för skribenten kan genom interaktionen visa att läsarna är viktiga för henne. Antagligen känner läsarna sig betydelsefulla för skribenten eftersom hon

beaktar dem och visar sitt intresse (se t.ex. Aandalen och Ahlström 2011). Undersökningens skribenter eftersträvar att locka läsarna att följa deras bloggar. De vill att läsarna blir intresserade, trivs och återkommer vilket kräver att läsarna känner sig välkomna och uppskattade. I följande tre avsnitt kommer jag att redogöra för hur interaktionen syns och fungerar i livsstilsbloggarnas kontext. Dessutom pekar jag ut några skillnader mellan skribenterna för att framföra deras individuella interaktionsvanor.

6.2.1 Hälsningar och önskningar

En *hälsning* är ett lätt och naturligt sätt att beakta och ha kontakt med läsarna. Hälsningen meddelar att skribenten vet att någon kommer att läsa inlägget. Det finns skillnader i hur och hur mycket skribenterna beaktar sina läsare. Lycklig mamma och Glad flicka hälsar på eller *önskar* mer sällan jämfört med Veteranbloggare och Fotoälskare som hälsar på mest på morgnarna, men ingendera gör det varje dag. Man kan skriva ett inlägg tidigt på morgonen varje dag men det betyder inte att man skulle börja det med en hälsning fast det kändes som en artig vana. Det kan tänkas om läsarna anser ett inlägg med en hälsning mer riktat mot dem.

Veteranbloggare och Fotoälskare kallar sina läsare ibland för *smeknamn* medan Lycklig mamma och Glad flicka aldrig gör det. Veteranbloggare kallar sina läsare för 'kära' en gång medan Fotoälskare ofta kopplar samman hälsningen eller önsknigen med något smeknamn. Sådana här smeknamn är 'hjärtegull', 'sötnosar', 'finingar', 'sweetnoses', 'loved ones' och 'darlings' som alla är värdeladdade ord. I detta sammanhang uttrycker de att skribenten tycker om sina läsare. Det syns mest tydligt i Fotoälskarens blogg att skribenten vill att relationen till läsarna är öppen och frimodig. Hon närmar sig läsarna genom smeknamn fast man inte betar sig på liknande sätt med vem som helst i verkliga livet. Av hälsningarna framgår att fast man inte känner sina läsare kan man genom att hälsa på visa att man bryr sig om dem.

Vidare brukar Veteranbloggare och Fotoälskare önska trevligt veckoslut, fin dag eller kväll beroende på tidpunkten. Om de skriver sent på kvällen önskar de god natt. Fotoälskare urskiljer sig ändå också i detta sammanhang för hon önskar varje veckoslut

trevlig helg och ganska regelbundet också fin kväll. Dessutom skickar hon ofta pussar och kramar till läsarna i slutet av inlägg vilket understryker hennes vilja till interaktion.

Om skribenterna har bråttom och inte hinner blogga är det vanligt att informera läsarna om plikter så att de inte förgäves väntar på nya uppdateringar. Detsamma gäller om man inte har bloggat på senaste tiden, har problem med Internet eller andra svårigheter som det framgår av exemplet 33. Av detta kan man dra slutsatsen att skribenterna tänker på sina läsare eftersom de brukar förklara de överraskande avvikelser i den normala bloggningstakten.

(33) Hörs imorgon när det förhoppningsvis är bättre tider. Eller klockan 16. Då är det definitivt bättre tider. [Glad flicka]

6.2.2 Tilltal och frågor

Ett av de enklaste sätten att skapa interaktion är *tilltal*. Att använda imperativ eller andra person pluralis visar att skribenten riktar sin text mot läsarna och vill att de läser vidare. Skribenterna uppmanar läsarna att *föreställa sig, kolla, observera, ponera* och *komma ihåg* som alla är verb som kräver att läsarna koncentrerar sig på och deltar i den aktivitet som skribenten föreslår. Skribenten kan beskriva en tråkig upplevelse som hon har varit i och vilja få läsarna att föreställa sig hur de skulle agera i den motsvarande situationen. För att skribenten ska få sina tankar förstådda krävs det att läsarna funderar på dem. Genom tilltalet kan skribenten inleda läsarna i samma tankar. Exemplet 34 visar att shopping på Internet är ett fenomen som skribenten tror att också läsarna känner till. Möjligen uppstår vidare diskussion i kommentarfält men i alla fall har skribenten och läsarna redan föreställt sig samma upplevelse vilket tyder på gemensamma kulturella praxis (se avsnitt 4.1).

(34) Ni vet när ni drar en massa grejer till kundvagnen men aldrig klickar vidare till kassan. [Glad flicka]

Dessutom är tilltalet en fungerande väg att få läsarnas uppmärksamhet därför att det känns som skribenten talar direkt för den som råkar läsa. Ibland riktar skribenterna en del av texten medvetet till en viss läsare. Läsaren kan ha frågat på en viss sak och skribenten vill svara i ett inlägg i stället för en kommentar eftersom hon antar att även andra läsare skulle kunna vara intresserade av att läsa om samma sak (se även avsnitt

6.1.7) som i exemplet 35. Vidare kan texten riktas explicit till en särskild person som skribenten känner också i verkliga livet. När skribenten bloggar om ett visst ämne kan hon komma att tänka på personen och vilja visa att hon vet vad denna person tänker på som det framgår av exemplet 36.

(35) Det var en läsare som önskade att jag skulle skriva lite om klättringen. [Veteranbloggare]

(36) Mamma du säger ju att du gillar mig i pannlugg, hur snygg skulle inte en mittbens-pannlugg a la the seventies vara just nu? [Fotoälskare]

Ett sätt att skapa samhörighetskänsla är att skribenten förbinder sig med läsarna och använder pluralformen *vi* vilket får läsarna att uppleva skribenten som en av dem. I exemplet 37 syns det klart hur skribenten och läsarna är på samma sida och delar ut fenomenet som de alla känner igen.

(37) Vi vet allihopa att alla ibland hoppar över springturer, stannar hemma, saknar inspiration och flow, fuskar med städningen och bränner muffins. [Lycklig mamma]

Skribenterna ställer sällan indirekta frågor. I stället använder de ofta direkta frågor, speciellt om de vill höra läsarnas åsikter. Ämnen som läsarna ombes att ta ställning till kan vara antingen lättviktiga eller kräva mer fundering. När någon skribent presenterar t.ex. ett nytt klädesplagg är det vanligt att fråga vad läsarna tycker om det och då berättar läsarna sin åsikt. Däremot svarar man mer sällan om skribenten vill höra vad läsarna har gjort eller hur det går. Möjligen tyder detta på att oberoende av skribenternas flera vanor att skapa interaktion anser läsarna ändå att skribenten inte kan vara riktigt intresserad av att höra om en vanlig läsares sysselsättningar. Enligt min uppfattning känns det ändå sannolikt att skribenterna gärna skulle vilja veta mer om sina läsare. Denna uppfattning stöds av två skribenter som har träffat sina läsare i verkliga livet. Att läsaren får ansiktet och blir verklig upplevs överraskande men positiv som det framgår av exemplen 38 och 39.

(38) Och så kom det fram en så söt tjej som sade att hon brukar läsa min blogg när hon är arg och ledsen för att bli glad. Regnbåge och små hamstrar i hjärtat!! [Glad flicka]

(39) En tjej kom och sa hej till mig. Hon såg lite bekant ut, jag antar att vi gått på samma fester. Men hon sa att hon brukar läsa min blogg. Det var kul fast jag först blev lite förbryllad. [Veteranbloggare]

Direkta frågor ställs också om skribenterna behöver tips eller hjälp. Att dela med sig av också knepiga problem och att försöka lösa dem med hjälp av läsarna känns naturligt eftersom skribenterna tydligt anger att läsarna har nödvändig information och kunskap. Man uppskattar sina läsare och vill höra deras erfarenheter och åsikter fast man skulle kunna klara ut problemet utan dem som exemplen 40 och 41 visar. Det kan tänkas om att dela med sig av olika slags tips och att lita på läsarnas åsikter ökar *den ömsesidiga uppskattningen*. Glad flicka planerar sin tillkommande semester och söker efter ett lämpligt rese-mål vilket framhäver att man inte vänder sig mot läsarna bara för interaktionens skull som exemplet 42 visar.

(40) 1. Vad är det här för blomma? 2. Är den problematisk ur allergiskt perspektiv? 3. Hur ska jag hålla den vid liv? [Lycklig mamma]

(41) Har ni bongat någon annan karpparvänlig fastfood för krissituationer? [Veteranbloggare]

(42) Tänkte åka i januari, vilken kanarieö ska man satsa på? Hurudant är till exempel Lanzarote? [Glad flicka]

6.2.3 Kommentarer

Skribenterna i denna undersökning skriver inte bara till sig själva utan tänker på sina läsare som det redan har framkommit. När skribenterna har flera medel att skapa interaktion i olika delar av inlägg kan läsarna däremot delta endast genom *kommentarer*. Alla fyra livsstilsbloggar kommenteras ganska regelbundet. Ingen av skribenterna får kommentarer till varje inlägg men åtminstone en kommentar nästan dagligen. Det bör beaktas att undersökningens skribenter bloggar mycket flitigt dvs. många gånger om dagen vilket eventuellt har inflytande till att alla inlägg inte nödvändigtvis innehåller något som lätt skulle kunna kommenteras.

Läsarna kan kommentera anonymt men vanligen har de någon signatur som oftast syns vara ett förnamn. När en annan skribent kommenterar är signaturen då bloggans namn och fungerar som hyperlänk till bloggen. På basis av signaturer framgår det att de flesta

kommentatorer är kvinnor men av deras ålder och hemorter kan det inte dras några slutsatser. Kommentarerernas innehåll tyder på att de flesta troligen är nära skribenternas ålder för de verkar ha samma livssituationer med likadana upplevelser. Detta hänvisar till att skribent och kommentatorer delar samma andliga kultur (se avsnitt 4.2.3). Man kommenterar mestadels på svenska men det finns också kommentarer helt på finska eller engelska och vidare också på svenska med några finska eller engelska ord och uttryck.

Interaktion förutsätter åtminstone två parter och i livsstilsbloggarna är de skribent och läsare. Skribenten kan se antal läsare genom statistiken då det är lätt att följa vilket inlägg och ämne som intresserar mest. Att skapa interaktion kräver att skribenten uppmuntrar sina läsare till att kommunicera och vidare ser aktivt till att det förekommer tillfällen då det är naturligt att kommentera. Skribenternas olika medel att ha kontakt med läsarna kan se små och enkla ut men de har en viktig funktion: att bilda den aktiva och sociala interaktionen. Läsarna bör ändå vara villiga att delta i den. Interaktionen blir social och dubbelriktad när båda parten delar med sig av sina åsikter, tar ställning till och diskuterar. Det bör således finnas någonting i inlägg som väcker intresset att kommentera. Man måste få läsaren att föreställa sig en känsla, en åsikt, en egen erfarenhet eller en tanke och locka henne att dela den med sig av. Läsarna riktar sina kommentarer endast mot skribenterna men vem som helst kan förstås läsa dem. Det är möjligt att läsarna blir modigare att delta och berätta egna upplevelser när de läser andras kommentarer.

Kommentarerna är oftast korta *konstateranden*, *komplimanger* eller *frågor* som anknyter till inläggets ämne eller bilder. Däremot är skribenternas kommentarer vanligen tack för komplimanger och svar på frågor. Ibland uttrycker de extra motiveringar och preciseringar gällande åsikter. Det framgår att det är vanligt att kommentera ens utseende positivt eftersom skribenterna beröms som vackra, snygga och söta och deras bloggar som inspirerande och härliga. Läsarna berättar om de tycker om skribentens kläder eller om något klädesplagg ser speciellt bra ut. Fotoälskarens bilder beundras för de är av god kvalitet eller bearbetade på ett speciellt sätt men annars kommenterar man bara deras objekt (se avsnitt 6.3). Skribenternas utseende eller stil kommenteras inte oartigt vilket inte är en självklarhet på Internet.

Att blogga om sina åsikter och att börja diskussion är ett garanterat sätt att få kommentarer. Läsarna uppmuntrar, håller med, länkar inlägg vidare och tackar för skribenterna om något inlägg får en att fundera eller uttrycker också läsarens tankar eller om det tar upp ett viktigt ämne. Då beröms skribenterna som kloka och stil att skriva bra. En del av läsarna vill också argumentera och dela med sig av egna uppfattningar som radikalt kan skilja sig från skribenternas åsikter. I dessa fall kritiserar man inte skribent som person utan endast hennes åsikter. I denna undersökning framkallade pälsar de mest kritiska åsikterna. Både skribenten och läsarna förblev ändå sakliga fast diskussionen tog slut när skribenten inte längre svarade på inläggets kommentarer. Det förblev oklart om det berodde på att hennes släkting genom en kommentar föreslog henne att låta bli. Att skribenten kontrollerar diskussionen och har makt (Aandalen och Ahlström 2011) syns även i denna avhandling.

Genom kommentarerna får läsaren sin röst hörd och kan svara på skribentens försök att skapa interaktion. Fast det inte finns balans i maktrelationen mellan skribenterna och läsarna (Aandalen och Ahlström 2011) framgår det att interaktionen i kommentarfält är jämlikare eftersom både skribenterna och läsarna kan vara i *mottagar-* och *sändarroll* (se avsnitt 4.2.1). Man kan dra slutsatsen av materialet att läsarnas kommentarer är viktiga för skribenterna och att de vill interaktionen vara ömsesidig. Angenäm feedback skapar en positiv stämning och delade likadana upplevelser bildar samhörighetskänsla. Kommentarer är mestadels uppmuntrande och positiva vilket förmodligen får skribenterna att ställa sig välvilligt mot läsarna och deras åsikter, frågor och önsknings. Det syns att komplimanger och beundra är ett vanligt sätt att närma sig skribenterna. Naturligtvis blir skribenterna nöjda när läsarna njuter av att läsa deras texter och att titta på bilder och vidare visar det genom kommentarer. Att interaktionen inte alltid fungerar enkelt eller utan problem är ett bekant fenomen från verkliga livet.

6.3 Bilderna i livsstilsbloggar

Det är lätt och enkelt att överföra bilder från kameran eller mobilen till bloggen vilket säkert är en orsak till att det finns gott om bilder (n=932) i denna undersökning livsstilsbloggar. Totalt 63 bilder är kopierade från Internet och representerar något teveprogram eller nätbutikers kläder. En del av bilderna är tagna av skribenternas familjemedlemmar eller vänner men skribenterna själva har fotograferat största delen.

Bilder och text som multimodala element (se Kress och van Leeuwen 2001; Kress 2010) är viktiga eftersom innehållet i studiens livsstilsbloggar består mestadels av dem. I detta avsnitt kommer jag att presentera bildernas fyra former och objekt på dem (se tabell 5 nedan). Formkategorin *icke-mänskliga objekt* innehåller bilder bl.a. på kosmetikprodukter, kläder, matportioner och drycker. Formkategorin *skribent* består av bilder på endast skribenterna. På bilder i formkategorin *skribent och/eller andra personer* uppträder skribenternas familjer, vänner och keldjur och eventuellt skribenterna tillsammans med dem. Sista formkategorin *platser* omfattar bilder på hem, omgivning och landskap.

Tabell 5. Objekt på skribenternas bilder (n=932) enligt skribent. Objekt i bildernas samma formkategori är markerade med samma färg.

Objekt	Lycklig mamma	Veteran-bloggare	Foto-älskare	Glad flicka	Totalt
Mat och dryck	4	14	69	6	93
Kosmetik, kläder	0	12	34	14	60
Övriga icke-mänskliga objekt	11	21	88	17	137
Skribent	39	37	78	45	199
Skribent med andra personer	94	9	25	20	148
Familj, vänner, keldjur	37	31	40	22	130
Platser, hem, omgivning, landskap	1	16	61	8	86
Kopierade bilder	0	17	15	31	63
Oklassificerbara	0	3	9	4	16
Totalt	186	160	419	167	932

Vidare reflekterar jag över formernas fem funktioner som delvis varierar beroende på formen. Bilderna skiljer sig således från ämnena och interaktion vars former har gemensamma funktioner (se avsnitt 6.1 och 6.2). Enligt Kress (2010: 1) visar bilden vilket syns vara bildernas generella och främsta funktion i livsstilsbloggar. De fyra övriga funktioner som kommer att klargöras är *illustration*, *presentation*, *dokumentation*

och att *bilda uppfattning om skribent*. Eftersom skribenterna har olika vanor vad gäller antal bilder och deras objekt är det relevant att beskriva dem i samband med analysen för att tydligt kunna karakterisera hur formerna och funktionerna har bildats.

Skribenternas bilder presenterar både aktuella och gångna tider. De är tagna samma dag, dagen före, förra veckan samt för många år sedan och de visar vad skribenten har gjort och var hon har varit. Om bilder inte är aktuella kompletteras de med text. Lycklig mamma och Fotoälskare använder bildtext då de publicerar bilder som är från ett halvt år till tio år gamla. Bildtexten garanterar att läsarna placerar den äldre bilden i den riktiga tidsperioden och kontexten. Vad läsaren får veta om bildens bakgrund beror på skribenten. Om bildtexten består av ett par enskilda ord, t.ex. Florida 2008, vet läsaren att skribenten då har varit i Florida. Om skribenten däremot berättar att hon var på bröllopsresa i Florida 2008 ger det mycket mer information. Sådana här gamla bilder erbjuder läsarna ett speciellt tillfälle att se ögonblick från skribentens tidigare liv. Läsarna kan betrakta skribentens dåvarande utseende, aktiviteter och omgivning samt jämföra dem med nutida. Detsamma gäller naturligtvis även bilder på tidigare inlägg som en gång har varit aktuella men är nu redan några månader gamla. Man får en uppfattning om att bilder bör vara aktuella eftersom annars nämner skribenterna om de publicerade bilderna inte är tagna på senaste tiden.

Fotoälskare fotograferar aktivt nästan allt i sin omgivning och publicerar mycket mer bilder jämfört med andra tre skribenter. Vidare bloggar hon om sitt intresse för fotografering och tar upp viljan att dokumentera sitt liv vilket förklarar den stora mängden av bilder i hennes blogg. De är färgrika, detaljerade och välkomponerade vilket eventuellt är förklaring till att hon är den enda som får feedback om bilders kvalitet och den enda vars foton beröms oberoende av objekt. I de andra tre bloggarna kommenterar läsarna bara själva objekten i bilderna, som då är nästan alltid personer. Vidare finns det skillnader i typ av objekt som skribenterna brukar fotografera. Nästan hälften av Fotoälskarens bilder är i formkategorin icke-mänskliga objekt medan majoriteten av Lycklig mammas bilder representerar formkategorierna skribent samt skribent och/eller andra personer. Både Veteranbloggare och Glad flicka publicerar mest bilder som också ingår i formkategorierna skribent samt skribent och/eller andra personer men skillnaden i mängd jämfört med andra bildobjekt är inte så strikt jämfört med Lycklig mamma och Fotoälskare.

Den första formkategorin är *icke-mänskliga objekt* och på bilder uppträder varor i butiker, prydnadsföremål, matportioner, kläder och flera andra objekt som har fäst skribenternas uppmärksamhet. Fotoälskare troligen inte ens publicerar alla tagna foton på icke-mänskliga objekt eftersom hon ibland säger att hon har valt ut vissa bilder från arkivet. Däremot tar andra skribenter bilder på icke-mänskliga objekt särskilt för bloggen. Detta syns så att dessa tre skribenter nästan alltid hänvisar till de eventuella bilder i deras text och placerar dem mellan inläggets textstycken medan Fotoälskare kan publicera foton som inte har någon anknytning till text eller inte ens till varandra. Sådana här foton placerar hon då i slutet av inlägg. Formkategorin icke-mänskliga objekt har *illustration* som funktion. Dessa bilder kan antingen ge stöd till text genom relation till den eller fungera som en ren illustration utan särskilt samband med texten. Ett inlägg utan bilder upplevs möjligen som lite tråkigare och tyngre jämfört med ett illustrerat inlägg som erbjuder pauser för läsningen vilket möjligen får skribenterna att ladda upp bilder på icke-mänskliga objekt.

Den andra formkategorin består av olika slags bilder där endast *skribenten* är avbildad. Såsom bilder på icke-mänskliga objekt använder skribenterna bilder på sin egen överkropp eller sitt ansikte för illustration. Skillnader uppträder mellan skribenterna även i denna typ av bilder. Veteranbloggare, Fotoälskare och Glad flicka publicerar aktuella bilder som visar deras överkropp eller hela kroppen. En sådan här bild är lätt och snabb att ta själv. Bilden har inte nödvändigtvis samband med texten utan bara visar en aktuell bild på skribenten samt illustrerar. Lycklig mamma skiljer sig från andra tre eftersom bilder som visar henne ensam vanligen inte är aktuella utan hon använder i stället äldre bilder för att illustrera bl.a. inläggen som handlar om hennes tidigare liv.

De tre skribenters aktuella bilder på själva visar hur de ser ut i dag och på dem syns också *dagens outfit*. Bilder på skribenterna inte således bara illustrerar utan har även *presentation* som funktion för de visar skribenternas *look*: hurdana accessoarer, smycken och kläder de har på sig (se också avsnitt 6.1.4). Bilder av detta slag är karakteristiska för mode- och stilbloggar men verkar uppträda också i livsstilsbloggar. Enligt Noppari och Hautakangas (2012: 27) presenterar skribenter genom sådana här bilder både sig själva och sin egen stil. Vidare visar en bild på skribenten också hennes min som oftast är ett leende. Däremot syns negativa känslor mycket sällan på foton och de brukar vara medvetet överdrivna och oäkta. Till exempel berättar Glad flicka att hon tittar på en mycket sorglig film. På inläggets illustrerande bild pekar hennes mungipa

mycket nedåt och hon poängterar med fingret en osynlig tår. Förmodligen skulle bilder på sorg och andra negativa känslor vara för intima och privata för att visa i de fall skribenterna ens tar sådana bilder. Även på bilder på skribenterna med en allvarlig min syns det att de inte är på dåligt humör vilket tyder på att man hellre vill visa en positiv än nedstämd bild på själv.

Den tredje formkategorin, *skribent och/eller andra personer*, representerar bilder på skribenternas poseringar med vänner och familjemedlemmar samt gruppbilder som de själv har fotograferat. Även denna formkategorins funktion är presentation för genom sådana här bilder presenterar skribenterna att de här människorna är viktiga och tillhör deras liv. Av texten framgår nästan alltid personers namn och deras relation till skribenten vilket gör dem bekantare för läsarna. Fast skribenten inte nödvändigtvis syns på bilden antar läsaren ändå att hon har varit på plats när bilden har tagits. Detta hänvisar till att skribenterna publicerar bara bilder som antingen de själv är på eller som de har tagit. Ett undantag är kopierade bilder från teveprogram och nätbutikers webbsidor vars ursprung läsarna troligen uppfattar och kan känna igen.

Den fjärde och sista formkategorin är *platser* och har också presentation som funktion. Olika platser fungerar inte bara som bakgrund utan både en posering gjord någonstans utomlands eller framför en filmaffisch på bio presenterar att skribenten har varit på ett visst ställe. Skribenterna har kameran med sig överallt och visar platser där de har varit. Av texterna i inläggen framgår det att en viss händelse, upplevelse eller en vacker syn vanligen relaterar till bilder på enbart *landskap, miljö* och *omgivning*. Skribenterna vill presentera och dokumentera både den omgivande verkligheten runtom deras vardag och de platser som ligger annanstans men betyder någonting speciellt. *Dokumentation* är således den fjärde funktionen som kan skapas av bildernas former.

På bilderna syns både offentliga och privata platser. Det mest privata är hem som i någon mån syns i varje blogg. För Lycklig mamma och Veteranbloggare fungerar hemmet endast som bakgrund medan Glad flicka och Fotoälskare visar hemmet noggrannare och presenterar ett visst rum, dess möbler eller inredning. Andra förekommande platser är restauranger, barer, sjukhus, biograf, gym, klättringshall, skådespel, vännerens hem, sommarstuga, universitet och arbetsplatser. Av detta kan man dra slutsatsen att vilken plats som helst kan bli presenterad i en livsstilsblogg. Det är

beaktansvärt att plats alltid är närvarande på bilderna och skapar en del av deras kontext även om skribentens mening främst skulle vara att visa personer och händelser.

Genom bilderna kan man erinra sig sina personliga minnen och händelser och samla dem in i bloggen. Samtidigt måste man ändå betrakta hurdan föreställning bilderna ger för läsarna. Genom bilderna kan man *bilda en uppfattning om skribenten* vilket är en femte funktion som återfinns i alla de förekommande formerna. Naturligtvis påverkar även text till uppfattningen som bildas, ges och fås av skribenten. Läsarna skapar en egen uppfattning om skribenten när de ser publicerade bilder och läser texter. Däremot påverkar skribenterna vilken uppfattning de vill att läsarna ska få när de väljer vilka bilder de delar med sig av och vilka ämnen de bloggar om. När man publicerar en bild blir den kvar på Internet även om man skulle radera den. Därför bör också skribenterna överväga noggrant hurdana bilder de visar offentligt.

Fast skribenten kan beskriva att hon är på dåligt humör publicerar hon inte en bild på vilken hon skulle vara arg eller gråta (se ovan). Man vill inte visa negativa känslor på bilder utan behandlar dem hellre genom text eller lämnar dem helt utanför bloggen. Däremot skapar samvaron och glädje uppfattningen om skribenterna som sociala och sällskapliga personer som trivs med andra människor och delar ut sina bästa stunder med dem. Detta stöds även av ett stort antal bilder på fester, resor, hobbyer, aktiviteter och evenemang som meddelar om ett aktivt och händelserikt liv. Vidare bör det beaktas att det skulle bli en mycket olik uppfattning om skribenterna om de publicerade bilder bara på själva. Händelser och personer kring skribenternas liv blir mer konkreta när man ser bilder på dem i stället för enbart text vilket framhäver den kompletterande relationen mellan bilder och text.

Genom bilderna kan skribenten således visa sitt liv och inverka på uppfattning som hon ger av sig själv. Läsarna ser hur skribenten ser ut, var hon rör sig i, vilka saker hon tycker om och vad som händer på fritiden. De kan dra egna slutsatser av bilder men till sist är det alltid bara skribenten som vet sanningen. Skribenten har varit närvarande i händelser på bilder, hon kommer ihåg de rätta känslorna och stämningen och vet vad bilden främst borde uttrycka och representera. Sannolikt är alla skribenterna medvetna om att varje läsare inte nödvändigtvis tolkar bilder på samma sätt men det är risk som de måste acceptera.

Av materialet kan man dra slutsatsen att bilderna är en relevant del av undersökningens livsstilsbloggar men det finns skillnader mellan skribenterna gällande bildernas antal och objekt. Trots att det finns vissa skillnader bloggarna emellan, kan man se att de alla bilder kan härledas till fyra huvudsakliga former (dvs. avbildade objekt): icke-mänskliga objekt, skribent, skribent och/eller andra personer respektive platser. Alla former har två gemensamma funktioner som är visning och förmedlande av uppfattning om skribent. Utöver dessa har jag funnit de tre funktionerna illustration, presentation och dokumentation.

7 DISKUSSION OCH SLUTSATSER

7.1 Sammanfattande diskussion

I detta avsnitt kommer jag att sammanfatta resultaten, reflektera över deras betydelse och anknytning till tidigare forskning samt besvara forskningsfrågor som jag har uppställt i avsnitt 5.3. En central utgångspunkt i denna undersökning var att beskriva och karakterisera finländska svenskspråkiga livsstilsbloggar som är ett relativt nytt fenomen inom sociala medier. Livsstilsblogg har här definierats som att skribenten delar med sig av sina erfarenheter, uppfattningar, känslor och tankar som anknyter till hennes dagliga liv. Jag har vidare argumenterat för att livsstilsloggarna har en dagboksliknande karaktär men skiljer sig från den traditionella dagboken eftersom skribenterna är medvetna om läsarna och eftersträvar interaktion med dem.

Som min forskningsfråga lydde ville jag utreda vilka *former* som kan bildas av *de uppträdande ämnena*, *interaktionen* och *bilderna* i 390 undersökta inlägg från fyra svenskspråkiga livsstilsbloggar. Vidare ville jag utifrån dessa tre livsstilsloggselement klargöra vilka *funktioner* formerna kan ha. Ett mål med avhandlingen var att visa hurdana modeller man kan bilda av de undersökta elementens former och funktioner.

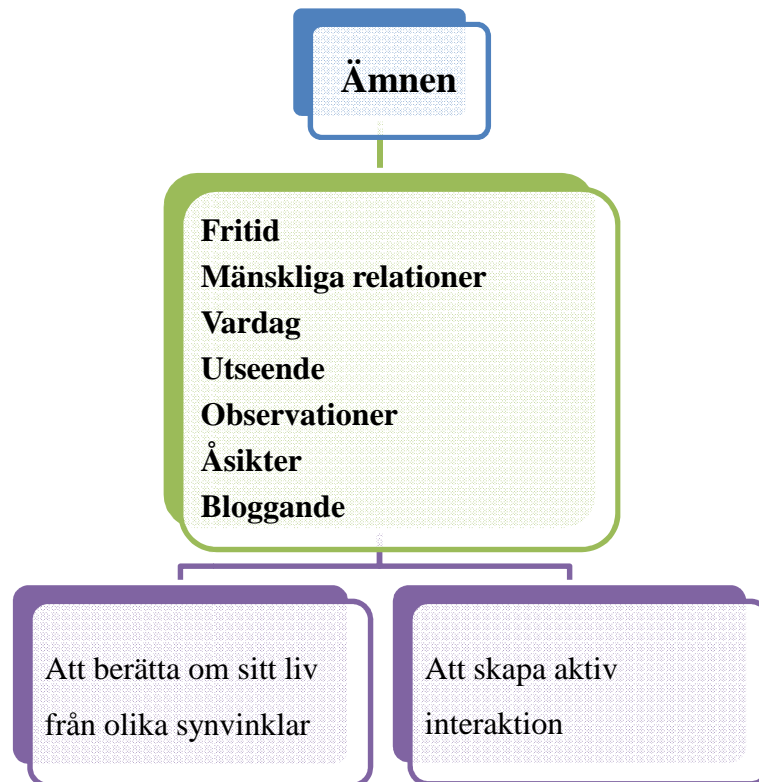
Enligt Kress och van Leeuwen (2006: 6) kan former vara t.ex. färger, perspektiv och linjer som används för att förstå betydelser. I denna avhandling uppfattades formen som *en viss struktur* inom de respektive bloggelementen ämnen, interaktion samt bilder. Deras funktioner skapades på basis av formernas betydelser och uppgifter. I min analys av förekommande ämnen (avsnitt 6.1) operationaliserade jag form som temakategori och de sju temakategorier jag fann var *Fritid*, *Mänskliga relationer*, *Vardag*, *Utseende*, *Observationer*, *Åsikter* och *Bloggande*. Dessa temakategorier avvek från Aandalen och Ahlströms (2011) som bestod av *Jobb/Karriär*, *Min vardag*, *Tips*, *Relationsbyggande* och *Dagens*. Skillnaden beror eventuellt på att skribenter i Aandalen och Ahlströms (2011) studie använde kategorierna för att maximera trafiken och på det viset eftersträvalde att driva läsare till webbsidor av annonsörer som de samarbetade med. Däremot fick denna undersökning skribenter ingen inkomst från sina bloggar utan koncentrerade sig helt på att dela med sig av sitt dagliga liv.

Av temakategorierna kan man dra slutsatsen att det på dessa livsstilsbloggar först och främst skrevs om olika fritidsaktiviteter som hobbyer, sysselsättningar, evenemang, fester och resor. Skribenterna framförde relativt ofta också sina familjer och vänner och betonade deras betydelse. Vidare behandlade de aktivt sitt arbete, studier, plikter och uppgiftslistor. När skribenterna bloggade om utseende behandlade de inte bara kosmetik, skönhetsvård eller kläder utan också deras personliga relation till eget utseende. Hälsa, tillstånd, känslor och tankar uppträdde genom observationer. De var vanligen korta iakttagelser och kunde behandla såväl positiva, negativa som förvirrade känslor eller syfta till att roa och underhålla läsarna genom bilder och små berättelser. Genomtänkta åsiktstexter förekom mer sällan men var alltid motiverade såsom nästan alltid också kortare recensioner. Att denna undersöknings texter ägde rum i livsstilsbloggarnas kontext framgick tydligast i temakategorin Bloggande som bestod av fråge- och önskeinlägg samt utmaningar. Deras definierande drag var att ämnena utvecklades genom interaktion och kunde uppträda endast i bloggarna.

Fast ämnena som uppträdde kunde eventuellt upplevas som allmänna och vardagliga var de mycket betydelsefulla för de representerade skribenternas liv. Dessutom stödde de min uppfattning och definitionen av livsstilsbloggar (se avsnitt 3.3). De uppträdande ämnena anknöt till vardagen men å andra sidan kunde skribenterna också ta ställning till mer abstrakta fenomen. Detta poängterade att var och en skribent själv beslutade vad sin blogg bestod av. Vissa av ämnena uppträdde även i Aandalen och Ahlströms (2011) samt i Nilsson och Löfbergs (2012) studier av livsstilsbloggar. Detta hänvisar till att dessa ämnen eventuellt kan anses vara allmänt karakteristiska för de svenskspråkiga livsstilsbloggarna.

Temakategorierna syntes ha två funktioner: *att berätta om sitt liv från olika synvinklar* respektive *att skapa aktiv interaktion*. Vad gäller att berätta om sitt liv från olika synvinklar var de uppträdande ämnena troligen relativt bekanta för läsarna, så det förmodligen var ganska enkelt att identifiera sig med upplevelser, händelser, erfarenheter, tankar och känslor som skribenterna bloggade om. McNeill (2003: 34) konstaterar att både skribenter och läsare kan bearbeta sina känslor och tankar genom att skriva och läsa vilket denna undersökning bekräftar. Att behandla varierande ämnen ur olika synvinklar stöder även Chen och Ohta (2010: 28) som anser bloggarnas popularitet bero på att man kan uttrycka åsikter och kritisera olika ämnen. Temakategoriernas andra funktion var att skribenterna med hjälp av dem kunde skapa

den aktiva interaktionen. Att de behandlade ämnena var bekanta säkrade att skribenterna kunde väcka diskussion vilket enligt McNeill (2003: 34) är bloggarnas uppgift. Skribenternas öppenhet om sitt liv och den mångsidiga behandlingen av de varierande ämnena kunde förmodligen vara faktorer som fick läsarna att följa dessa bloggar. Av figur 3 (se nedan) framgår modellen för ämnenas former och deras funktioner i livsstilsbloggarna.



Figur 3. Modell för ämnenas sju former (=temakategorier) och deras funktioner i livsstilsbloggarna

För att skapa interaktion hade skribenterna olika medel (se avsnitt 6.2). Pekkarinen (2012: 57) konstaterar att tonen i resdagböcker på Internet är mycket personlig för skribenterna betar sig som om de kände läsarna vilket syns vara karakteristiskt även för livsstilsbloggarna. Pekkarinen (2012) anser att bl.a. *hälsningar*, *önsknningar*, *tilltal*, *frågor* och *kommentarer* är skribenternas sätt att ta hänsyn till sina läsare. Samma kommunikationssätt återfanns även i de undersökta livsstilsbloggarna och representerade interaktionens fem olika former. Det fanns ändå skillnader till Pekkarinens (2012) studie eftersom denna undersöknings skribenter ställde direkta frågor i stället för retoriska och tydligt ville och väntade på att läsarna skulle svara på.

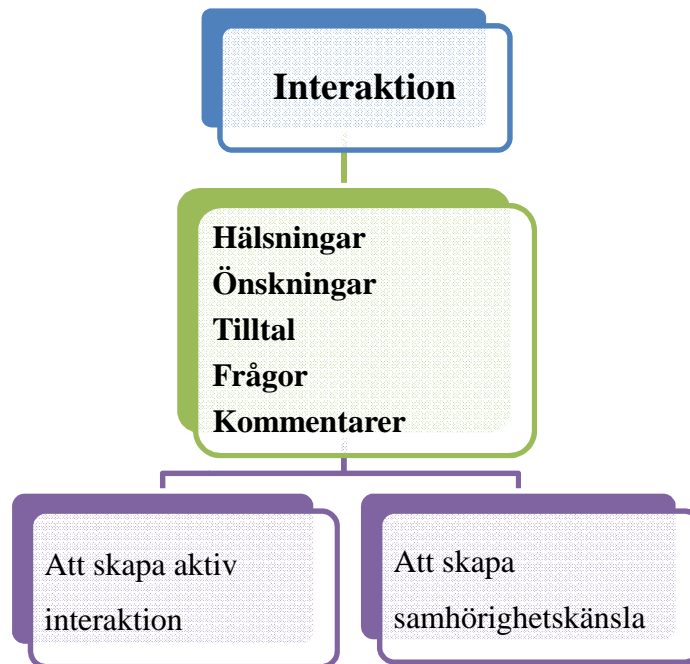
Eventuellt beror skillnaderna på att man bloggar om ett mer specifikt ämnesområde i resdagböcker medan i livsstilsbloggar behandlar man mer allmänna ämnen.

Interaktionen var en viktig del av dessa livsstilsbloggar och dess främsta funktion var *att skapa aktiv interaktion*. Denna funktion var densamma som temakategoriernas andra funktion (se ovan). Det fanns några skillnader i vilka interaktiva drag skribenterna använde och hur aktiva de var. Två skribenter tog hänsyn till läsarna genom hälsningar och önsknings tydligare och mer regelbundet jämfört med två andra. Alla skribenterna tilltalade sina läsare och ställde frågor vilket bekräftade att de var villiga mot interaktionen. Enligt min uppfattning tydde den aktiva interaktionen på att det fanns hög social närvaro i dessa bloggar vilket avvek från Kaplan och Haenlein (2010: 62) som anser den sociala närvaron vara låg i bloggarna. Däremot kunde självpresentation identifieras vara hög såsom även Kaplan och Haenlein (2010: 62) konstaterar (se avsnitt 2.3).

Läsarna kunde delta i och medverka till interaktionen endast genom kommentarer som var oftast korta konstateranden, komplimanger och frågor. Skribenternas kommentarer bestod av tack för komplimanger och av givna svar. Längre diskussioner väckte i kommentarfältet om skribenten uttryckte någon åsikt. Fast kommentarer var oftast uppmuntrande och positiva kunde de vara även kritiska om läsarens åsikt skilde från skribentens, men trots det stannade tonen ändå saklig. Det fanns inte diskussion mellan läsarna vilket motsvarar Pekkarinens (2012) resultat. Av Aandalen och Ahlströms (2011) resultat framgår att skribenter eftersträvar ett djupare och mer familjärt förhållande till sina läsare vilket denna avhandling bekräftar. Däremot kombinerar denna undersöknings skribenter inte kommunikationssätt med rekommendationer och länkar för att marknadsföra företag och produkter som skribenter i Aandalen och Ahlströms (2011) studie tydligt gör. Detta överensstämmer med faktumet att livsstilsbloggarna i denna undersökning inte hade något merkantilt syfte.

Interaktionens andra funktion var *att skapa samhörighetskänsla*. Skribenterna kunde genom de interaktiva dragen visa att läsarna var viktiga för dem. Antagligen ökade samhörighetskänslan när skribenterna beaktade läsarna och ville att de kände sig välkomna och uppskattade. Detta överensstämmer med Aandalen och Ahström (2011) som anser att läsarna känner sig betydelsefulla eftersom de får vara med och dela händelser i skribentens liv. Att man vill hålla en lättsam ton och förmedla en glad och

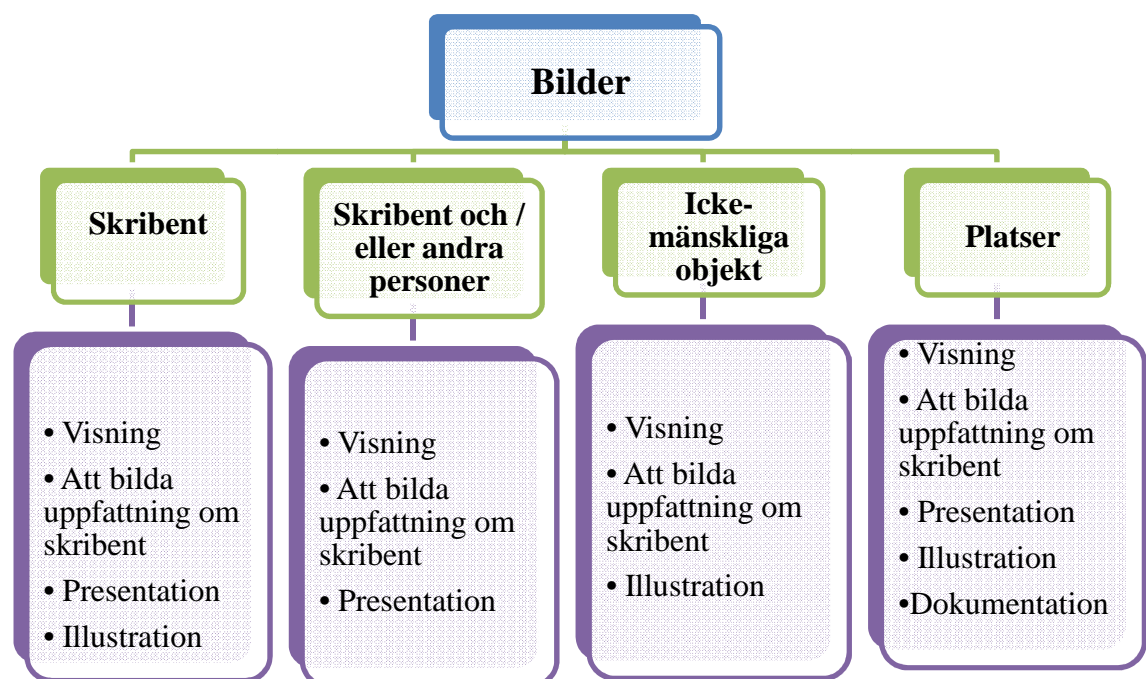
positiv stämning i livsstilsbloggar (Aandalen och Ahlström 2011) överensstämmer med denna avhandlings skribenter. Resultaten tydde på att skribenterna och läsarna delade åtminstone delvis samma andliga kultur och dess attityder, värderingar och kollektiva idévärldar (se avsnitt 4.2.3) eftersom läsarna hade intresse att läsa dessa bloggar och delta i interaktionen. Figur 4 (se nedan) presenterar modellen för interaktionens former och deras funktioner i livsstilsloggarna.



Figur 4. Modell för interaktionens fem former (=interaktiva drag) och deras funktioner i livsstilsloggarna

På basis av de avbildade objekten på skribenternas bilder (n=932) klargjorde jag fyra former som var *icke-mänskliga objekt*, *skribent*, *skribent och/eller andra personer* och *platser*. Genom dessa former syntes skillnader mellan skribenterna vad gällde antal bilder och deras objekt. En skribent publicerade 419 bilder medan de andra tre från 160 till 186 bilder. Majoriteten av den förstnämnda skribentens bilder presenterade icke-mänskliga objekt och platser medan en skribent hade nästan endast bilder på själv och på själv och/eller andra personer. De övriga två publicerade mest bilder på själva och på själva och/eller andra personer men skillnaden till andra formkategorier var inte så tydlig jämfört med andra två skribenter. De avvikande vanorna visade att skribenterna hade sina individuella sätt att förhålla sig till bilder.

Pekkarinen (2012) konstaterar att foton som ett multimodalt element (se avsnitt 4.1) ger mer information och att skribenter av resdagböcker på Internet laddar upp bilder för att läsare skulle se dem. Resultaten av denna avhandling bekräftar Pekkarinens (2012) resultat men hänvisar vidare till att bilden har även mer specifika funktioner. Till skillnad från ämnena och interaktionen vars former hade två gemensamma funktioner, kunde bildernas respektive former (dvs. avbildade objekt) ha både gemensamma och egna funktioner. Enligt Kress (2010) *visar* bilden något, vilket jag uppfattade som den mest definierande och generella funktionen av bildernas former därför att de alltid visade någonting. En annan gemensam funktion för alla former var att man genom bilder kunde *bilda uppfattning om skribent*. Tre övriga funktioner var *illustration*, *presentation* och *dokumentation*. Alla andra formkategorier utan skribent och/eller andra personer hade illustration som funktion. Formkategorin icke-mänskliga objekt var den enda som inte presenterade något och vidare var formkategorin platser den enda som hade dokumentation som funktion. Modellen för bildernas former och deras funktioner i livsstilsbloggarna framgår av figur 5.



Figur 5. Modell för bilders former (=avbildade föremål på bilder) och deras funktioner i livsstilsbloggarna

Noppari och Hautakangas (2012: 31) anser att skribenters bilder på omgivning och verksamhetskontext uttrycker *ett framförande av föreställande jag* (jfr fi. *minän näytöksellinen esittäminen*) vilket formen att bilda uppfattning om skribent kan anses

likna. Särskilt bilder på aktiviteter, händelser, evenemang och platser tydde på att skribenterna ville visa sig genom bilder som sociala och sällskapliga personer med ett aktivt och händelserikt liv. Att undersökningens skribenterna antagligen ville kontrollera hurdan uppfattning man fick av dem stöder Noppari och Hautakangas (2012: 158) som konstaterar att man publicerar tillräckligt personigt innehåll för att bloggen skulle vara intressant men samtidigt är man mycket noggrann med uppfattningen som förmedlas.

Fast syftet med undersökningen inte var att utreda skribenternas motivation kunde man anta att vissa inre och externa belöningar definierade av Liao m.fl. (2011) hade inflytande på deras vilja att blogga (se även avsnitt 3.4). Eventuella inre belöningar var åtminstone att njuta av att dela ens liv med andra och att berätta om ens känslor i en blogg. Externa belöningar var möjligtvis att se fram emot respons från andra och att hitta goda ämnen när man diskuterar med andra. Dessa belöningar verkade uppträda på basis av de uppträdande ämnena och de interaktiva dragen men några långtgående slutsatser kunde man naturligtvis inte dra. Dessutom syntes vissa motivationsfaktorer definierade av Nardi m.fl. (2004: 43-46) som att dokumentera ens liv, att erbjuda kommentarer och åsikter, att uttrycka tankar och känslor samt att presentera idéer genom att skriva.

Resultaten från denna begränsade fallstudie antyder att livsstilsbloggarna erbjuder skribenterna möjligheten att bearbeta händelser, erfarenheter, uppfattningar, tankar och känslor. Bloggandet kan leda till att skribenterna upplever *ett frigörande av kraft* vilket Heinonen (2009: 15) anser som resultat av påverkandet i någon nätgemenskap. Blood (2000: 3) konstaterar att inläggen om skribentens liv erbjuder en personlig syn på hur det är att vara en viss individ i en viss plats under viss tid vilket även denna studie bekräftar. Ämnena, interaktionen och bilderna har sina egna former samt delvis egna och delvis gemensamma funktioner som tillsammans uttrycker ett tätt samband med min definition av livsstilsbloggar. Med hjälp av dessa tre bloggelement kan skribenten dela med sig av sina erfarenheter, uppfattningar, känslor och tankar som anknyter till hennes dagliga liv. De är alla betydelsefulla faktorer som påverkar i livsstilsbloggarnas kontext samt formar och utvecklar den. Fast studien berörde endast fyra bloggar kunde resultaten anse som vägledande med tanke på finländska svenskspråkiga livsstilsbloggar.

7.2 Metodisk diskussion

Syftet med denna studie var att beskriva och karakterisera finländska svenskspråkiga livsstilsbloggar och att skapa modeller som baserade sig på ämnena, interaktionen och bilderna. Undersökningens styrka var att fenomenet studerades genom former och deras funktioner av dessa tre bloggelement. Med den grundliga och mångsidiga behandlingen eftersträvades för att uppnå en noggrann uppfattning och beskrivning eftersom livsstilsbloggar inte var undersökt särskilt mycket ur dessa bloggelement. Undersökningen var kvalitativ och som analysmetoder användes två typer av innehållsanalys. De uppträdande ämnena klassificerades till temakategorierna genom *den materialbaserade innehållsanalysen*. Samtidigt specificerades interaktionen till de interaktiva dragen och som stöd användes Pekkarinens (2012) resultat av resdagböcker på Internet. Att klarlägga bildernas former och funktioner genomfördes enligt Roses (2012: 81-103) *innehållsanalys av bilder*. Den systematiska och noggranna behandlingen av materialet var nödvändigt för att bli medveten både om detaljerna och om helhetsbilden vad gällde varje bloggelement.

Vad gällde *validitet* i denna studie kunde det konstateras att undersökningen gav svar på forskningsfrågorna och följde sitt syfte. Enligt (Dey 1993) bör de klassificerade delarna ha *koherens* för att analysens riktighet senare kan utvärderas, samt bör kategorierna vara meningsfulla både i förhållande till materialet och till andra kategorier. Var och en av de bildade formerna och deras funktioner hade en klar relation till forskningsfrågorna, till definitionen av livsstilsbloggar och till varandra. Att det inte fanns överlappningar utan formerna, funktionerna och modellerna var meningsfulla tyder på att metoden var lämplig för att svara på undersökningens forskningsfrågor. Att närma sig dessa bloggelement ur formerna och deras funktioner syns vara en användbar och fungerande metod eftersom man med hjälp av dem kan betrakta livsstilsbloggar grundligt samt klarlägga både variation och mångsidighet som tycks vara typiska för denna typ av text.

Denna studie var en begränsad fallstudie så vad gällde *reliabilitet* kunde resultaten anse som vägledande med tanke på finländska svenskspråkiga livsstilsbloggar. På basis av fyra bloggar kunde finlandssvenska livsstilsbloggar således inte generaliseras. Emellertid fanns det gott om blogginslag med kommentarer och bilder, vidare studerades fenomenet ur flera synvinklar och dessutom stödde resultaten tidigare studier

av olika typer av bloggar och klargjorde fenomenet (se avsnitt 7.1). Detta tyder på att resultaten och förslag till metoderna, dvs. att använda former och funktioner, kan fungera åtminstone som utgångspunkt för vidare studier av liknande bloggar eller av andra typer av bloggar.

Det är motiverat att utveckla dessa kodningskategorier, dvs. temakategorier, interaktiva drag och bilders objekt eftersom de var ganska omfattande i denna studie. Exempelvis kan ett inlägg bestå av flera ämnen då man måste betrakta noggrant vilket ämne som dominerar mest. Det är av högsta värde att utgå från att vart och ett inlägg är en helhet men å andra sidan formar tillsammans med andra inlägg den större kontexten som måste tas hänsyn till för att undvika felaktiga tolkningar. Man måste begränsa tydligt hur man kodar och kategoriserar sitt material för att kunna behandla det systematiskt. De studerade formerna i denna avhandling kan man absolut använda och utveckla vidare. Dessutom är det sannolikt att man då kan hitta även mer funktioner vilket kan framföra variationen ännu tydligare. Undersökningar baserade på innehållsanalys kritiserar vara ofullständiga (Tuomi och Sarajärvi 2009: 103) och enligt Grönfors (1982: 161) kan materialet bara ordnas för tillkommande slutsatser genom innehållsanalys. Därför är det viktigt att man inte presenterar sitt ordnade material som resultat. I stället bör man ange motiveringar för de gjorda valen och utreda begripligt kriterier bakom de studerade elementen vilket jag eftersträvade att göra.

Det är väsentligt att ta hänsyn till att denna studies tolkningar baserade sig i stort sett på mina subjektiva erfarenheter, uppfattningar, föreställningar och tankar om livsstil, bloggar och livsstilsbloggar. Emellertid anser jag att det skulle vara omöjligt att studera livsstilsbloggar ur denna studies synvinkel om man inte använde och utnyttjade sina egna synpunkter. På basis av skribenternas texter delar jag densamma kulturkontext (se avsnitt 4.2.3) med dem. Dessutom är jag också kvinna och av samma årskull vilket antagligen har främjat tolkningen. Man kan dock reflektera över om någon som bloggar skulle ha kunnat beskriva och karakterisera livsstilsbloggar mer grundligt. Att kunna autentiskt ställa sig på skribentens roll skulle ha kunnat stöda tolkningen. Å andra sidan kunde det vara en fördel att jag var bekant med fenomenet men bloggade inte vilket ställde mig som en utomstående person och möjligen mer objektiv. Enligt min uppfattning är det möjligt både för skribent och för läsare att studera bloggar. I nästa avsnitt kommer jag att ge förslag till vidare forskning.

7.3 Förslag till vidare forskning

I framtida forskning skulle det vara motiverat att utveckla temakategorierna vidare för att klarlägga variationen ännu tydligare. En jämförelse mellan svenska och finska livsstilsbloggar skulle också vara värd att genomföra för det skulle vara intressant att betrakta om det finns skillnader i ämnen eller i interaktion. Bloggarnas bilder är även ett mångsidigt forskningsobjekt. Multimodala element som audio- och videomaterial erbjuder möjligheter för undersökning och kan ta hänsyn till intertextualitetens synpunkt. Dessutom uppträds det flerspråkighet och speciella ord och uttryck vars former och deras funktioner skulle kunna klargöras. Vidare skulle man kunna utnyttja kvantitativa metoder med ett större material för att få en tydlig uppfattning om t.ex. finlandssvenska livsstilsbloggar.

De svenskspråkiga livsstilsbloggarna är en interaktiv online kanal som erbjuder individen möjligheten att dela med sig av sina erfarenheter, upplevelser, tankar och känslor. De formar en specifik kontext eftersom skribenterna och läsarna inte ser eller hör varandra i kommunikationssituation men kan delta i interaktion. Var och en skribent beslutar vad hennes blogg består av, hurdana ämnen den handlar om, hur hon förhåller sig till interaktion och vilka bilder hon publicerar. Att skribentens dagliga liv relaterar till uppträdande ämnen innebär inte att bloggen skulle vara vardaglig i en negativ mening. Däremot blir bloggen betydelsefull för den representerar skribentens liv som är värdefullt i sig. De här synpunkterna är relevanta att utgå från och minnas när man börjar studera bloggar.

LITTERATUR

- Aandalen, T. & Ahlström, O. 2011. Livsstilsbloggar – En studie av affärsinriktade Internetdagböcker. Publicerad kandidatuppsats.
<http://bada.hb.se/bitstream/2320/8955/1/2011.1.16.pdf>
 (Hämtad 22.1.2013)
- Blogger Tour. 2012. http://www.blogger.com/tour_start.g (Hämtad: 13.4.2012)
- Blogglista. 2012. <http://www.blogglista.fi/hakemisto> (Hämtad 29.4.2012)
- Blood, R. 2000. *Weblogs: A History and Perspective*.
http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html
 (Hämtad: 12.4.2012)
- Chen, M. & Ohta, T. 2010. Using Blog Content Depth and Breadth To Access and Classify Blogs. *International Journal of Business and Information* 5, Nr 1. 27-28.
- Dey, I. 1993. *Qualitative data analysis. User-friendly guide for social scientists*. London: Routledge.
http://www.drapuig.info/files/Qualitative_data_analysis.pdf
 (Hämtad 1.9.2012)
- Du, H.S. & Wagner, C. 2006. Weblog success: Exploring the role of technology. *Int. J. Human-Computer Studies* 64. 789-798.
- Erkkola, J-P. 2008. *Sosiaalisen median käsitteestä*. Publicerad pro gradu-avhandling.
http://mlab.taik.fi/pdf/ma_final_thesis/2008-erkkola-sosiaalisen-median-kasitteesta.pdf (Hämtad: 4.4.2012)
- Goldstein, A. M. 2009. *Blogging Evolution*.
<http://thedispersalofdarwin.wordpress.com/2009/07/06/article-evolution-blogging-by-adam-m-goldstein/> (Hämtad: 18.4.2012)
- Grönfors, M. 1982. *Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät*. Helsinki: Wsoy. 161.
- Heinonen, S. 2009. *Sosiaalinen media: Avauksia nettiyhteisöjen maailmaan ja vuorovaikutuksen uusiin muotoihin*.
http://www.tse.fi/FI/yksikot/erillislaitokset/tutu/Documents/publications/eTutu_2009-1.pdf (Hämtad 10.4.2012)
- Hellspång, L. & Ledin, P. 1997. *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Holz, S. 2006. Communicating in the world of Web 2.0. *Communication World* 23, Nr 3. 24-27.

- Hämäläinen, J. 1987. *Laadullinen sosiaalitutkimus käytännössä. Johdatus sosiaalitutkimuksen "käsiyötaitoon"*. Kuopio: Kuopion yliopiston julkaisuja. Tilastot ja selvitykset 2/1987. 33.
- Isaac, R. G., Zerbe, W. J. & Pitt, D. C. (2001) Leadership and motivation: The effective application of expectancy theory. *Journal of Managerial Issues* 8, Nr 2. 212–226.
- Kabachinski, J. 2007. The Blogosphere. *Biomedical Instrumentation & Technology* 41, Nr 5. 379-384.
- Kangas, P., Toivola, S. & Bäck, A. (red.). 2007. *Googlen mainokset ja muita sosiaalisen median liiketoimintamalleja*. Espoo: VTT tiedotteita 2369. <http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2007/T2369.pdf> (Häntad: 7.4.2012)
- Kaplan, A. & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53. 59–68.
- Kilpi, T. 2006. *Blogit ja bloggaaminen*. Helsinki: Readme.fi, Gummerus.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold och New York: Oxford University Press.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. 2006. *Reading images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Kress, G. 2010. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge.
- Kuikka, L. 2009. Lehtimainoksen multimodaalisuus. I: Heikkinen, V. (red.): *Kielen piirteet ja tekstilajit: vaikuttavia valintoja tekstistä toiseen*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. 37.
- Liao, H-L., Liu, S-H. & Pi, S-M. 2011. Modeling motivations for blogging: An expectancy theory analysis. *Social behavior and personality* 39, Nr 2. 251-264.
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. *Social media – Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Hypermedia Laboratory Net Series 17. Tampere: Tampere University Press. <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65560/978-951-44-7320-3.pdf?sequence=1> (Häntad: 10.4.2012)
- Matikainen, J. 2009. *Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla*. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009. Helsinki: Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto. http://www.valt.helsinki.fi/blogs/crc/sosiaalisen_ja_perinteisen_median_rajalla_raportti.pdf (Häntad 26.4.2012)
- McNeill, L. 2003. Teaching An Old Genre New Tricks: The Diary on the Internet. *Biography* 26, Nr 11. 24-47.

- McNeill, L. 2005. Genre Under Construction: The Diary on the Internet. *Language@Internet 2*.
<http://www.languageatinternet.org/articles/2005/120> (Hämtad 11.4.2012)
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. 1994. *Qualitative Data Analysis*. USA: Sage Publications. 10-12.
- Myers, G. 2009. *Discourse of Blogs and Wikis*. New York: Continuum.
- Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M. & Swartz, L. 2004. Why We Blog. *Communication of the ACM 47*, Nr 12. 41-46.
- Nielsen, J. 2006. *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*.
http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html
(Hämtad: 8.4.2012)
- Nilsson, E. & Löfberg, E. 2012. *Lyxfri som livsstil – Hur den kvinnliga konsumenten identifierar sig med livsstilen*. Publicerad magisteruppsats.
<http://bada.hb.se/bitstream/2320/11182/1/2012CE23.pdf>
(Hämtad 22.1.2013)
- NM Incite. 2012. *Buzz in Blogosphere: Millions more bloggers and blog readers*.
<http://www.nmncite.com/?p=6531> (Hämtad 30.4.2012)
- Noppiari, E. & Hautakangas, M. 2012. *Kovaa työtä olla minä - muotibloggaajat mediamarkkinoilla*. Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- O'Bannon, I. 2008. Web 2.0 Continues Internet's Evolution, But What Is Web 2.0? Part I of II. *CPA Practice Advisor 18*, Nr 4. 12-13.
- Organisationen för ekonomiskt samarbete och utveckling. 2007. *Participative Web and User-Created Content: Web 2.0, Wikis and Social Networking*.
<http://browse.oecdbookshop.org/oecd/pdfs/free/9307031e.pdf>
(Hämtad 24.4.2012)
- Pekkarinen, A. 2012. *Resdagböcker på Internet som en kommunikativ genre*. Publicerad pro gradu-avhandling.
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/37938/URN%3aNB%3afi%3ajyu-201205311774.pdf?sequence=1> (Hämtad 23.10.2012)
- Rose, G. 2012. *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. London: Sage Publications.
- Rosenbloom, A. 2004. The Blogosphere. *Communications of the ACM 47*, Nr 12. 31-33.
- Shirky, C. 2003. Power Laws, Weblogs, and Inequality. *Economics & Culture, Media & Community, Open Source*.
http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html
(Hämtad 30.4.2012)

- Sjölin, J-G. 1993. *Att tolka bilder*. Lund: Studentlitteratur. 31.
- Svensk Ordbok. 1986. Solna: Esselte Studium. 636.
- Technorati. 2012. *Technorati Authority FAQ*.
<http://technorati.com/what-is-technorati-authority> (Hämtad 13.4.2012)
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Turtiainen R. 2009. Tunne netissä. I: Saarikoski P., Suominen J., Turtiainen R. & Östman S. (red.): *Funetista Facebookiin – Internetin kulttuurihistoria*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. 222–227.
- Valcke, P. & Lenaerts, M. 2010. Who's author, editor and publisher in user-generated content? Applying traditional media concepts to UGC providers. *International Review of Law, Computers & Technology* 24, Nr 1. 119-131.
- Van Leeuwen, T. 2005. *Introducing Social Semiotics*. London: Taylor & Francis Group.
- Wagner, C. & Bolloju, N. Supporting Knowledge Management in Organizations with Conversational Technologies: Discussion Forums, Weblogs, and Wikis. *Journal of Database Management* 16, Nr 2. i-viii.
- Wærn, Y., Pettersson, R. & Svensson, G. 2004. *Bild och föreställning – om visuell retorik*. Lund: Studentlitteratur.
- Wikipedia. 2012. *Blogi*.
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Blogi> (Hämtad 29.4.2012)
- Åberg, L. 2010. *Johdatus viestintään, teema 4: Viestintää virtuaalisessa maailmassa*.
<http://blogs.helsinki.fi/aberg/files/2010/01/jv10041.pdf>
(Hämtad 26.4.2012)